

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ТА ЗАВДАННЯ

до практичних занять та самостійної роботи

з навчальної дисципліни

«ЕКОНОМІКА І ЦІНОУТВОРЕННЯ
НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИСТСЬКОЇ ІНДУСТРІЇ»

*(для студентів усіх форм навчання напрямів підготовки
6.140101 – Готельно–ресторанна справа, 6.030601 – Менеджмент)*

Харків
ХНУМГ ім. О. М. Бекетова
2016

Методичні вказівки та завдання до практичних занять та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Економіка і ціноутворення на підприємствах туристської індустрії» (для студентів усіх форм навчання напрямів підготовки 6.140101 – Готельно–ресторанна справа, 6.030601 – Менеджмент) / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова ; уклад. : Л. А. Нохріна, О. І. Угоднікова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. – 50 с.

Укладач канд. екон. наук Л. А. Нохріна
асист. О. І. Угоднікова

Рецензенти: **С. А. Александрова**, кандидат економічних наук, доцент Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова;

І. С. Баландіна, кандидат економічних наук, доцент Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова.

Рекомендовано кафедрою туризму та готельного господарства, протокол № 1 від 28.08.2015 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
Тема 1 Економічна ефективність туризму та його особливості. Основні показники, що характеризують динаміку та ефективність розвитку туристської галузі країни.....	5
Тема 2 Ємність, попит та пропозиція на ринку туристських послуг.....	17
Тема 3 Управління обсягом реалізації послуг туристських підприємств.....	22
Тема 4 Управління обсягом реалізації послуг підприємств готельного господарства.....	29
Тема 5 Управління товарооборотом підприємств торгівлі та закладів ресторанного господарства.....	34
Тема 6 Розрахунок вартості туристського продукту.....	40
Тема 7 Розрахунок економічних результатів діяльності турфірми.....	43
Тема 8 Розрахунок вартості готельного обслуговування.....	45
Тема 9 Формування ціни на екскурсійне обслуговування.....	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	50

ВСТУП

Програма вивчення нормативної дисципліни «Економіка та ціноутворення на підприємствах туристської індустрії» складена відповідно до місця та значення дисципліни за структурно–логічною схемою, передбаченою освітньо–професійною програмою підготовки бакалавра для студентів усіх форм навчання напрямів підготовки 6.140101 – Готельно–ресторанна справа, 6.030601 – Менеджмент і охоплює всі змістовні модулі, передбачені стандартом.

«Економіка та ціноутворення на підприємствах туристської індустрії» являє собою наукову дисципліну, яка досліджує процеси та явища, що відбуваються в період виробництва та реалізації туристських продуктів.

Основною **метою** викладання дисципліни «Економіка та ціноутворення на підприємствах туристської індустрії» є формування необхідних знань з ключових напрямків економіки та ціноутворення на підприємствах туристської індустрії.

Предметом вивчення дисципліни є економічні відносини на рівні підприємств готельної, курортної та туристської сфери, які виникають та розвиваються в процесі виробництва, розподілення, споживання туристських продуктів та послуг, що призначені для задоволення потреб споживачів.

«Економіка та ціноутворення на підприємствах туристської індустрії» вивчає механізм дії та використання основних економічних законів стосовно туризму, проблеми задоволення потреб та бажань людей мандрувати, відновлювати свої сили за допомогою активних форм туристської діяльності.

Об'єктом вивчення є туристське підприємство, господарський механізм його діяльності як сукупність організаційно–економічних форм та методів, за допомогою яких здійснюється туристська діяльність; особливості механізму формування ціни на послуги підприємств туристської індустрії.

Важливим елементом оволодіння знаннями та навичками в час, вільний від обов'язкових навчальних занять, є самостійна робота студентів. Остання сприяє формуванню практичних навичок роботи студентів зі спеціальною літературою, орієнтує їх на інтенсивну роботу, критичне осмислення здобутих знань та глибоке вивчення теоретичних і практичних проблем індустрії туризму і гостинності, чим підвищує якість професійної підготовки управлінських кадрів.

Методичні вказівки призначені для організації самостійної роботи студентів при вивченні дисципліни «Економіка та ціноутворення на підприємствах туристської індустрії».

ТЕМА 1 ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ТУРИЗМУ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ. ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ, ЩО ХАРАКТЕРИЗУЮТЬ ДИНАМІКУ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ РОЗВИТКУ ТУРИСТСЬКОЇ ГАЛУЗІ КРАЇНИ

Галузь туризму безпосередньо впливає на створення національного доходу країни, є мультиплікатором та забезпечує економічну ефективність національної економіки.

Економічна ефективність туристської галузі – це забезпечення економічного ефекту шляхом ораганізації туристського обслуговування від ведення туристського бізнесу на рівні держави, регіону чи окремої туристської фірми.

Сукупний внесок туризму в економіку включає прямий та непрямий впливи:

Прямий вплив визначається шляхом розрахунку витрат туриста, пов'язаних із придбанням туристських товарів.

Непрямий вплив – це витрати туристів, що безпосередньо не пов'язані із придбанням туристських товарів, проте створюють ланцюгову реакцію витрат від туризму: витрати – доходи – витрати – доходи.

Дохід являє собою виторг фірми й підприємств від продажу туристських послуг, товарів. Доход регіону – це податки, отримані із цього виторгу, що залишаються в розпорядженні регіону.

Однією із особливостей туризму є те, що туристський продукт, вироблений на експорт, не вивозиться із країни, а в ній реалізується. Споживач туристського продукту сам переборює відстань, що відокремлює його від туристського продукту, що його цікавить.

Туризм, як торгівлю послугами на світовому ринку, можна назвати невидимий експорт. Він вносить відповідний вклад у платіжний баланс країни.

Наприклад, зважаючи на те, що в Україні розвинений більшою мірою виїзний міжнародний туризм, вивіз валюти значно перевищує її ввіз, що, безумовно, є негативним впливом на економіку країни.

Туристські витрати – споживчі витрати відвідувача, які пов'язані із забезпеченням його потреб як туриста, і здійснені ним перед, протягом та після поїздки та у місцях відвідування.

Головні туристські витрати:

1. Комплексні тури (пакет послуг).
2. Послуги розміщення (короткотермінового проживання).
3. Харчування та напої.
4. Послуги пасажирського транспорту.
5. Екскурсійне обслуговування.
6. Послуги перекладача.
7. Організаційні послуги: туроператора, турагента.
8. Рекреаційні, культурні, розважальні, спортивні заходи.
9. Придбання сувенірної продукції, фототоварів, відвідання магазинів.

10. Страхування.

11. Інші (у т.ч. фінансові послуги, оренда транспортних засобів тощо).

Для розрахунку обсягів туристської діяльності країни (регіону) використовуються форми статистичної звітності: про пропуск осіб та транспортних засобів через держкордон України, про виїзд громадян України за кордон, про іноземців, які в'їхали до України, про діяльність туристичної організації, про роботу колективних засобів розміщування, звіти про обсяги реалізованих послуг, та звіти про роботу музею.

Основні показники туристської діяльності країни (регіону):

- кількість відвідувачів;
- кількість іноземних (в'їзних) відвідувачів;
- кількість зарубіжних (виїзних) відвідувачів;
- кількість внутрішніх туристів;
- кількість екскурсантів;
- середня тривалість перебування = кількість ночівель (туро–днів, ліжко–днів, людино–днів)/ кількість туристів;
- показник середньодобових витрат відвідувача = вартість туру/тривалість туру;
- показник обсягу туристського споживання = в'їзне туристське споживання + внутрішнє туристське споживання + виїзне туристське споживання + надходження від в'їзних одноденних відвідувань;
- показник валових туристських витрат в інших країнах – показник, що відображає обсяг туристського споживання громадян України за її кордоном
- кількість суб'єктів галузі туризму = кількість суб'єктів тур діяльності + кількість готелів та аналогічних закладів + кількість санаторно–курортних (оздоровчих) закладів;
- чисельність працівників галузі туризму = чисельність працівників суб'єктів турдіяльності + чисельність працівників готелів та аналогічних закладів + чисельність працівників санаторно–курортних (оздоровчих) закладів;
- обсяг послуг, наданих підприємствами сфери туризму = обсяг послуг, наданих суб'єктами турдіяльності + доходи від експлуатації готелів та аналогічних закладів + сума вартості продажу всіх путівок санаторно–курортних (оздоровчих) закладів;
- коефіцієнт завантаження засобів розміщення = загальний час перебування приїжджих (ліжко–днів, людино–діб)/ (кількість місць (номерів) закладу *365).

Система економічних показників розвитку туризму включає:

- обсяг туристського потоку;
- стан і розвиток матеріально–технічної бази;
- показники фінансово–економічної діяльності туристської фірми;
- показники розвитку міжнародного туризму.

Туристський потік – це постійне прибуття туристів до країни (регіону). До показників, що характеризують туристський потік відносяться: загальна

кількість туристів, у тому числі організованих й самодіяльних; кількість туроднів (ночівель, ліжко–днів); середня тривалість (час) перебування туристів у країні (регіоні).

Кількість туроднів (людино–днів) визначається шляхом множення загальної кількості туристів на середню тривалість (у днях) перебування одного туриста в країні (регіоні).

Туристський потік – явище нерівномірне. Тому для характеристики нерівномірності туристського потоку застосовують коефіцієнт нерівномірності, який може бути обчислений трьома засобами, залежно від мети й завдання аналізу динаміки туристського потоку.

Коефіцієнт нерівномірності, % = Кількість туроднів у місяці максимального туристського потоку, людино–днів *100 % / Кількість туроднів у місяці мінімального туристського потоку, людино–днів.

Коефіцієнт нерівномірності, % = Кількість туроднів у місяці максимального туристського потоку, людино–днів *100 % / Річна кількість туроднів, людино–днів.

Коефіцієнт нерівномірності, % = Кількість туроднів у місяці максимального туристського потоку, людино–днів *100 % / Середньомісячна кількість туроднів, людино–днів.

де Середньомісячна кількість туроднів, людино–днів = Річна кількість туроднів, людино–днів /12.

Показники, що характеризують стан і розвиток матеріально–технічної бази туризму, визначають її потужність у даній країні (регіоні).

До них відносяться: ліжковий фонд будинків відпочинку, пансіонатів, турбаз, готелів, санаторіїв і т.п., а також кількість ліжок, наданих місцевими жителями; кількість місць у торгівельних залах підприємств харчування для туристів; кількість місць у театрах, відведених для туристів; кількість ванн у водолікарнях, відведених для туристів й т.ін.

Потужність ліжкового фонду (загальна кількість ліжко–місць) = Кількість ліжко–місць цілорічного використання*365 + Кількість ліжко–місць сезонного використання* Кількість днів сезонного використання.

Система показників, що характеризує динаміку та ефективність розвитку туристської галузі:

1. **Темп росту обсягу споживання туристського продукту**, % = Обсяг споживання туристського продукту в звітному періоді, грн. *100%/ Обсяг споживання туристського продукту в минулому періоді, грн.

Показник характеризує динаміку обсягу реалізованих послуг і товарів туристського призначення.

2. **Темп росту обсягу споживання туристського продукту в зіставних цінах**, % = Обсяг споживання туристського продукту в звітному періоді, грн. *100%/ (Обсяг споживання туристського продукту в минулому періоді, грн. * Індекс цін на турпослуги).

Характеризує динаміку фізичного обсягу реалізації туристських послуг і товарів.

3. **Темп приросту обсягу споживання туристського продукту, %** = (Обсяг споживання туристського продукту в звітному періоді, грн. – Обсяг споживання туристського продукту в минулому періоді, грн.)*100%/ Обсяг споживання туристського продукту в минулому періоді, грн. = Темп росту обсягу споживання туристського продукту, % –100%.

Характеризує динаміку обсягу реалізації послуг і товарів туристського призначення.

4. **Темп приросту обсягу споживання туристського продукту в зіставних цінах, %** = (Обсяг споживання туристського продукту в звітному періоді, грн. – Обсяг споживання туристського продукту в минулому періоді, грн.* Індекс цін на турпослуги)*100%/ Обсяг споживання туристського продукту в минулому періоді, грн.* Індекс цін на турпослуги = Темп росту обсягу споживання туристського продукту в зіставних цінах, %* –100%.

Характеризує динаміку обсягу реалізації послуг і товарів туристського призначення.

5. **Фондовіддача основних фондів туристської галузі** = Обсяг реалізації туристського продукту, грн. / Середньорічна вартість основних фондів туристських підприємств, грн.

Характеризує ефективність використання основних фондів.

6. **Рентабельність основних фондів туристських підприємств, %** = Чистий прибуток туристських підприємств, грн.*100% / Середньорічна вартість основних фондів туристських підприємств, грн.

Характеризує ефективність використання основних фондів.

7. **Коефіцієнт завантаження номерного фонду підприємств готельного господарства** = Обсяг реалізації готельних послуг, людино-днів/ Середньорічна пропускна спроможність підприємств готельного господарства, людино-днів.

Характеризує ефективність використання пропускної спроможності номерного фонду підприємств готельного господарства.

8. **Продуктивність праці (виробіток), грн. /людину (або туроднів/ людину)** = Обсяг реалізації туристських послуг, грн. (або туроднів)/ Середньооблікова чисельність працівників туристських підприємств, людей.

Характеризує ефективність використання трудових ресурсів підприємства.

9. **Кількість працюючих на 1000 туристів** = Середньооблікова чисельність працівників туристських підприємств, людей / (Кількість обслужених туристів, людей *1000).

Характеризує ефективність використання трудових ресурсів.

10. **Кількість працюючих на підприємствах готельного господарства на 1000 ночівель** = Середньооблікова чисельність працівників готельних підприємств, людей / (Кількість наданих готельних послуг підприємствами, людино-днів *1000).

Характеризує ефективність використання трудових ресурсів.

11. **Рентабельність трудових ресурсів, %** = Чистий прибуток туристських підприємств, грн.*100% / Середньооблікова чисельність

працівників туристських підприємств, людей

Характеризує ефективність використання трудових ресурсів.

12. Мультиплікатор доходів від туризму, $\% = \frac{\text{Зміна чистого національного продукту країни, грн.}}{\text{Приріст інвестицій в туристську діяльність, грн.}}$

Характеризує приріст чистого національного продукту країни від інвестицій в туристську діяльність.

13. Частка туризму в валовому внутрішньому продукту країни, $\% = \frac{\text{Обсяг реалізації послуг і товарів туристського призначення, наданих підприємствами країни, грн.} \cdot 100\%}{\text{Валовий внутрішній продукт країни, грн.}}$

Характеризує внесок туризму в економіку країни.

Валовий внутрішній продукт (ВВП): узагальнюючий грошовий показник вартості всіх кінцевих товарів (продуктів) і послуг, вироблених на території даної країни за рік.

14. Частка туризму в валовому національному доході країни, $\% = \frac{\text{Чистий прибуток туристських підприємств країни, грн.} \cdot 100\%}{\text{Національний дохід країни, грн.}}$

Характеризує внесок туризму в економіку країни.

15. Частка туризму в доходах від експорту, $\% = \frac{\text{Доходи (виручка) від реалізації туристських послуг, наданих іноземним туристам, грн.} \cdot 100\%}{\text{Доходи від експорту в країні, грн.}}$

Характеризує внесок туризму в економіку країни.

16. Частка туризму в зовнішньоторговельному обороті, $\% = \frac{(\text{Обсяг реалізації послуг іноземним туристам, грн.} + \text{Обсяг реалізації послуг, наданих вітчизняним туристам, що подорожують за кордон, грн.}) \cdot 100\%}{\text{Зовнішньоторговельний оборот країни, грн.}}$

Характеризує питому вагу послуг міжнародного туризму в складі експорту та імпорту країни.

17. Темп росту платежів туристських підприємств до бюджету, $\% = \frac{\text{Обсяг податкових надходжень від туристських підприємств до бюджету у звітному періоді, грн.} \cdot 100\%}{\text{Обсяг податкових надходжень від туристських підприємств до бюджету в минулому періоді, грн.}}$

Характеризує динаміку податкових надходжень від туристських підприємств до бюджету.

18. Сальдо туристського балансу країни, осіб = Кількість іноземних (в'їжджаючих до країни) туристів, людей – Кількість вітчизняних туристів, що виїжджають за кордон, людей.

Характеризує співвідношення між в'їжджаючими та виїжджаючими туристами.

19. Сальдо платіжного балансу по статті «Подорожі», грн. = Обсяг реалізації послуг іноземним туристам, грн./ Обсяг реалізації послуг вітчизняним туристам, що подорожують за кордон, грн.

Характеризує співвідношення між експортом та імпортом туристських послуг.

20. Рівень зайнятості в туризмі, % = Середньооблікова чисельність зайнятих у туризмі, людей *100% / Загальна чисельність зайнятих у галузях економіки країни, людей

Характеризує питому вагу працівників, зайнятих у туризмі в загальній чисельності працюючих країни.

ПРИКЛАД ЗАВДАННЯ З РОЗВ'ЯЗАННЯМ

В Україні туризм за останні п'ять років розвивався інтенсивними темпами. Однак, загальний обсяг туристичного потоку та окремі його складові за типами туризму (в'їзний, виїзний, внутрішній) змінювався неоднаковими темпами, що вплинуло на показники туристичного балансу. У Законі України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм», останній визнано одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки України. Це вимагає постійного моніторингу за змінами економічних показників на ринку надання туристичних послуг та їх аналітичної оцінки.

За даними таблиці 1.1:

Розрахувати темпи росту та приросту (ланцюгові та базисні) загального обсягу обслужених туристів у цілому по Україні, в тому числі за типами туризму.

Визначити та проаналізувати зміни питомої ваги окремих типів туризму в загальному обсязі туристських потоків.

Розрахувати сальдо туристського балансу та простежити його зміни в динаміці.

Побудувати графік динаміки різних типів туристських потоків в Україні за останні п'ять років.

Побудувати стовпчикову діаграму сальдо туристського балансу України за останні п'ять років.

Побудувати колові діаграми структури різних типів туристських потоків в Україні за перший і п'ятий роки динамічного ряду.

Скласти пояснювальну аналітичну записку, в якій: прокоментувати результати розрахунків; сформулювати фактори, що впливають на розподіл туристичних потоків за типами туризму; дати пропозиції щодо активізації розвитку в'їзного та внутрішнього туризму в Україні, використовуючи світовий досвід та рекомендації Всесвітньої туристичної організації.

Таблиця 1.1 – Основні показники розвитку туристської галузі України за п'ять років

Показники	Роки				
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й
1. Кількість іноземних туристів, млн. чол.	6,2	4,2	4,4	5,8	6,3
2. Кількість внутрішніх туристів, млн. чол.	5,7	6,4	6,6	6,9	7,2
3. Кількість виїжджаючих туристів, млн. чол.	8,6	7,4	8,7	9,4	9,3
4. Загальний обсяг туристських потоків, млн. чол.	20,5	18,0	19,7	22,1	22,8

РОЗВ'ЯЗАННЯ:

Визначимо темпи росту та приросту загального обсягу обслужених туристів у цілому по Україні (табл. 1.2).

Коефіцієнт росту розраховується наступним чином:

$$\text{базовий } k_i = \frac{Y_i}{Y_0} ; \quad \text{ланцюговий } k_i = \frac{Y_i}{Y_{i-1}} .$$

Якщо коефіцієнти росту виражають у відсотках, то їх називають темпами росту:

$$T_p = K \cdot 100\% .$$

Темп приросту може бути розрахований двома способами:

$$\text{базовий } T_{\Pi} = \frac{Y_i - Y_0}{Y_0} \cdot 100\% ; \quad \text{ланцюговий } T_{\Pi} = \frac{Y_i - Y_{i-1}}{Y_{i-1}} \cdot 100\% ;$$

$$\text{або } T_{\Pi} = T_p - 100\% .$$

Таблиця 1.2 – Темпи росту та приросту загального обсягу обслужених туристів у цілому по Україні

Роки	Темпи росту		Темпи приросту	
	ланцюгові	базові	ланцюгові	базові
1. Кількість іноземних туристів, млн. чол.				
1-й	—	—	—	—
2-й	0,68	0,68	-0,32	-0,32
3-й	1,05	0,71	0,05	-0,29
4-й	1,32	0,94	0,32	-0,06
5-й	1,09	1,02	0,09	0,02
2. Кількість внутрішніх туристів, млн. чол.				
1-й	—	—	—	—
2-й	1,12	1,12	0,12	0,12
3-й	1,03	1,16	0,03	0,16
4-й	1,05	1,21	0,05	0,21
5-й	1,04	1,26	0,04	0,26
3. Кількість виїжджаючих туристів, млн. чол.				
1-й	—	—	—	—
2-й	0,86	0,86	-0,14	-0,14
3-й	1,18	1,01	0,18	0,01
4-й	1,08	1,09	0,08	0,09
5-й	0,99	1,08	-0,01	0,08
4. Загальний обсяг туристських потоків, млн. чол.				
1-й	—	—	—	—
2-й	0,88	0,88	-0,12	-0,12
3-й	1,09	0,96	0,09	-0,04
4-й	1,12	1,08	0,12	0,08
5-й	1,03	1,11	0,03	0,11

Визначення питомої ваги окремих типів туризму та змін у загальному обсязі туристичних потоків в Україні за п'ять років (табл. 1.3).

Таблиця 1.3 – Структура туристичних потоків та її зміни в Україні,
у відсотках

Роки	Питома вага окремих типів туризму в загальному обсязі туристичних потоків			Зміни в структурі туристичних потоків порівняно з попереднім роком		
	В'їзний	Виїзний	Внутрішній	В'їзний	Виїзний	Внутрішній
1-й	30,24	41,95	27,80	—	—	—
2-й	23,33	41,11	35,56	-6,91	-0,84	7,75
3-й	22,34	44,16	33,50	-1,00	3,05	-2,05
4-й	26,24	42,53	31,22	3,91	-1,63	-2,28
5-й	27,63	40,79	31,58	1,39	-1,74	0,36

Розрахунок сальдо туристського балансу України за п'ять років та визначення його змін у динаміці (табл. 1.4).

Таблиця 1.4 – Розрахунок сальдо туристського балансу та його змін в Україні за п'ять років, млн. осіб

Роки	Кількість обслужених туристів		Сальдо туристського балансу, ±	Відхилення сальдо туристського балансу ланцюгове, ±
	В'їзний туризм	Виїзний туризм		
1-й	6,2	8,6	-2,4	—
2-й	4,2	7,4	-3,2	-0,8
3-й	4,4	8,7	-4,3	-1,1
4-й	5,8	9,4	-3,6	0,7
5-й	6,3	9,3	-3,0	0,6

Побудуємо графік динаміки різних типів туристичних потоків в Україні за п'ять років (рис. 1.1).

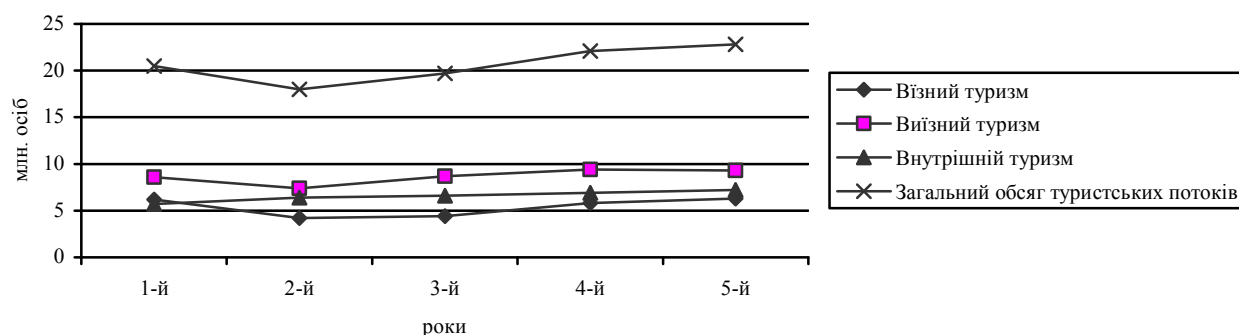


Рисунок 1.1 – Динаміка різних типів туристичних потоків в Україні за п'ять років

Побудуємо стовпчикову діаграму сальдо туристичного балансу України за п'ять років (рис. 1.2).



Рисунок 1.2 – Сальдо туристського балансу України за п'ять років

Побудуємо колові діаграми структури різних типів туристичних потоків в Україні за перший і п'ятий роки динамічного ряду (рис. 1.3).

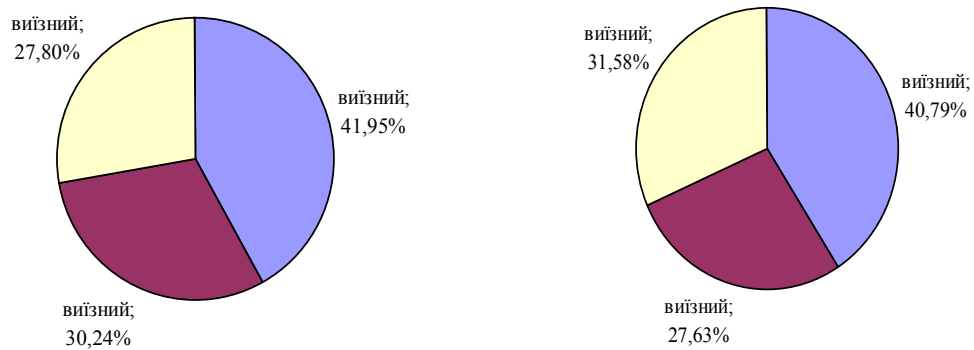


Рисунок 1.3 – Структура туристичних потоків за типами туризму в Україні за перший і п'ятий роки динамічного ряду

Висновки. Результати аналізу загального обсягу туристичних потоків свідчать про стійкий розвиток туризму в Україні – темпи росту базисні за п'ять років становили 111,22 %, тобто приріст склав 11,22 %, або 2,3 млн. осіб. За цей період найбільше зростання загальної кількості обслужених туристів спостерігалось за четвертий рік – ланцюгові темпи росту досягають 112,18 %, однак за п'ятий рік динамічного ряду вони знизилися до 103,17 %.

Головною тенденцією розвитку туризму за досліджуваний період в Україні є помітне зростання обсягів обслужених внутрішніх і візитних туристів (темпи росту базисні за 1998–2002 рр. становили відповідно 126,32 % та 108,14 %) при незначній активізації іноземного туризму (базисні темпи росту за п'ять років – 101,61 %).

Структура потоків за типами туризму змінювалася протягом п'яти років нерівномірно. Якщо в першому році динамічного ряду частка внутрішніх туристичних потоків була найменшою (27,8 %), то в п'ятому – вона зросла до 31,58 %, а питома вага візитного та візитного потоків скоротилася, хоча перевага залишилася на боці візитного туризму (41,95 % у першому році та 40,49 % у п'ятому році).

Впродовж третього—четвертого років періоду, що досліджується, спостерігалось найбільше зростання часток внутрішнього та в'їзного туризму – відповідно на 3,91 і 1,39 %. Зрештою вони досягли, відповідно 26,24 і 27,63 %. Таку тенденцію можна охарактеризувати як позитивну.

Зміни у структурі туристичних потоків на користь внутрішнього та в'їзного туризму останніми роками зумовлено візовою політикою як України, так й інших держав.

Структура потоків міжнародного туризму в Україні характеризувалася від'ємним сальдо туристичного балансу, розмір якого збільшився за п'ять років з 2,4 млн. осіб до 3 млн. осіб. Головною причиною залишається низький рівень сервісу та відсутність необхідної туристичної інфраструктури для іноземних туристів .

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО РОЗВ'ЯЗАННЯ

ЗАВДАННЯ 1.1

Проаналізувати економічну ефективність та результативність функціонування підприємств індустрії туризму Харківського регіону за вихідними даними.

ЗАВДАННЯ 1.2

Розрахувати коефіцієнт (мультиплікатор) доходу від туризму в країні N, якщо відомо наступне:

- прямі витрати туристів становлять 1 000 000 у.о.;
- податки складають в середньому 25% заробітку;
- збереження складають 5%;
- імпорт 20% чистого доходу (без податків і збережень).

ЗАВДАННЯ 1.3

Визначити маржинальний дохід від організації туру в розрахунку на одного туриста, якщо відома, що ціна туру на 20 туристів становить 40 000 у.о. Собівартість туру становить 32 000 у.о.

ЗАВДАННЯ 1.4

Провести аналіз сальдо туристського балансу за вихідними даними:

Країна	Витрати, млн. дол.	Доходи, млн. дол.
США	75	103
Німеччина	79	34
Великобританія	50	30
Японія	28	13
Франція	38	46

Аналіз проводити за наступними пунктами:

1. Побудувати та проаналізувати діаграми доходів та витрат кожної країни, визначити причини, що сприяли даній динаміці.

2. Розподілити аналізовані країни за двома групами: країни з позитивним сальдо туристського балансу та з негативним сальдо.

2 ГОТЕЛІ ТА АНАЛОГІЧНІ ЗАСОБИ ТИМЧАСОВОГО РОЗМІЩУВАННЯ ТУРИСТІВ

2.1 Розрахувати та проаналізувати динаміку змін кількості обслужених туристів (в тому числі іноземних) закладами розміщування Харківському регіону (у натуральних показниках).

2.2 Розрахувати та проаналізувати абсолютні зміни та темпи росту і приросту загального обсягу реалізації послуг розміщування по Харківському регіону (у натуральних та вартісних показниках).

2.3 Розрахувати середню тривалість перебування у закладах розміщування. Зробити висновки щодо тенденцій, сформулювати фактори, що впливають на тривалість перебування.

2.4 Розрахувати середню вартість перебування у закладах розміщування. Зробити висновки щодо тенденцій, сформулювати фактори, що впливають на вартість перебування.

2.5 Розрахувати середню вартість 1 доби розміщення. Зробити висновки щодо тенденцій, сформулювати фактори, що впливають на вартість 1 доби розміщення.

2.6 Розрахувати коефіцієнт завантаження. Зробити висновки щодо тенденцій, сформулювати фактори, що впливають на середню кількість туристів на реалізоване ліжко–місце закладами розміщування.

За результатами розрахунків показників побудувати графіки та зробити висновки.

3 САНАТОРНО–КУРОРТНІ ТА ІНШІ ОЗДОРОВЧІ ЗАКЛАДИ

3.1 Розрахувати та проаналізувати динаміку змін кількості обслужених туристів (в тому числі іноземних) оздоровчими закладами Харківському регіону (у натуральних показниках).

3.2 Розрахувати та проаналізувати абсолютні зміни та темпи росту і приросту загального обсягу реалізації оздоровчих послуг по Харківському регіону (у натуральних та вартісних показниках).

3.3 Розрахувати середню тривалість перебування у оздоровчих закладах. Зробити висновки щодо тенденцій, сформулювати фактори, що впливають на тривалість перебування.

3.4 Розрахувати середню вартість перебування у оздоровчих закладах. Зробити висновки щодо тенденцій, сформулювати фактори, що впливають на вартість перебування.

3.5 Розрахувати середню вартість 1 доби розміщення. Зробити висновки щодо тенденцій, сформулювати фактори, що впливають на вартість 1 доби розміщення.

3.6 Розрахувати коефіцієнт завантаження. Зробити висновки щодо тенденцій, сформулювати фактори, що впливають на середню кількість туристів на реалізоване ліжко–місце оздоровчими закладами.

За результатами розрахунків показників у завданнях побудувати графіки та зробити висновки.

Формули для розрахунків

Коефіцієнт росту – це відношення величини показника на даний час до його величини за період, що безпосередньо передує або до його величини за який–небудь інший аналогічний час, прийнятий за базу порівняння. Вимірюється у відносних величинах.

Коефіцієнт росту розраховується наступним чином:

$$\text{базовий } k_i = \frac{Y_i}{Y_0} ; \quad \text{ланцюговий } k_i = \frac{Y_i}{Y_{i-1}} .$$

Якщо коефіцієнти росту виражають у відсотках, то їх називають **темпами росту**:

$$T_p = K \cdot 100\%$$

Темп приросту – приростний показник, відношення різниці двох рівнів ряду динаміки до рівня, досягнутого в певний період або до певного моменту часу, прийнятого за базу порівняння. Вимірюється у відносних величинах або у відсотках.

Темп приросту може бути розрахований двома способами:

$$\text{базовий } T_{\pi} = \frac{Y_i - Y_0}{Y_0} \cdot 100\% ; \quad \text{ланцюговий } T_{\pi} = \frac{Y_i - Y_{i-1}}{Y_{i-1}} \cdot 100\% .$$

Показниками комерційної ефективності функціонування суб'єктів туристичної діяльності є середня ціна турпутівки, середня вартість одного туродня організованої подорожі.

Показником результативності функціонування готелів та аналогічних засобів розміщування є **коефіцієнт завантаження**.

Коефіцієнт завантаження – це середня кількість туристів на реалізоване ліжко–місце, показник характеризує якість завантаження та привабливість засобів розміщування для туристів.

Середня кількість туристів на надане ліжко–місце розраховується як відношення кількості обслужених туристів до кількості фактично реалізованих місць:

$$\text{Середня кількість туристів на місце} = \frac{\text{Кількість обслужених туристів}}{\text{Фактично надано ліжко – місце}}$$

Показниками комерційної ефективності функціонування засобів розміщування є середня ціна, середня вартість перебування.

Середня ціна ліжко–місця розраховується як відношення доходів від наданих послуг розміщування, тобто плати за проживання (без ПДВ, акцизного податку та аналогічних платежів) до кількості фактично наданих місць:

$$\text{Середня ціна ліжко — місця} = \frac{\text{Плата за проживання}}{\text{Фактично надано ліжко — місць}}$$

Середня вартість перебування 1 туриста у закладі розміщування розраховується як відношення доходів від наданих послуг розміщування (плати за проживання без ПДВ, акцизного податку та аналогічних платежів) до кількості обслужених туристів:

$$\text{Середній вартість перебування} = \frac{\text{Плата за проживання}}{\text{Кількість обслужених туристів}}$$

Середня тривалість перебування туриста у закладі розміщування розраховується як відношення кількості фактично реалізованих місць до кількості обслужених туристів:

$$\text{Середня тривалість перебування} = \frac{\text{Фактично надано ліжко — діб}}{\text{Кількість обслужених туристів}}$$

ТЕМА 2 ЄМНІСТЬ, ПОПИТ ТА ПРОПОЗИЦІЯ НА РИНКУ ТУРИСТСЬКИХ ПОСЛУГ

Ємність туристичного ринку — це обсяг реалізованих на ньому туристичних продуктів протягом певного періоду (як правило, за рік).

Показник характеризує принципову можливість роботи на конкурентному ринку, може бути розрахований як у натуральному (кількість туристів, туроднів), так і у вартісному (обсяг надходжень від туризму в грошових одиницях) виразі.

В основі визначення ємності ринку покупця є розрахунок купівельних фондів населення — обсягу коштів, призначених для купівлі туристичних послуг і товарів, що становлять різницю між усією сумою грошових витрат і сумою товарних та нетоварних витрат не туристського призначення.

У розрахунку ємності ринку туристських послуг варто враховувати такі їх особливості: комплексність турпродукту, природну та ділову сезонність споживання, високу змінюваність туристських послуг, організацію відпочинку більшістю населення без звернень до послуг туристських фірм.

Знання ємності ринку дозволяє визначити можливості входження на ринок та функціонування підприємства на ньому, враховується в процесі розробки стратегії діяльності підприємства, визначенні об'ємних параметрів ринкової ніші, прогнозуванні ринкової кон'юнктури та в інших випадках.

Туристська пропозиція — обсяг та асортимент туристського продукту, зумовлений рівнем розвитку туристської індустрії та обсягом туристських ресурсів.

Специфіка пропозиції: невідчутність, нездатність до зберігання, мінливість якості, невідривність виробництва від споживання, розрив у часі між фактом купівлі–продажу і фактом споживання, сезонні коливання попиту, територіальна роз'єднаність виробника і споживача.

Попит у туризмі – форма прояву потреб населення в туристичному продукті, що забезпечена грошовими коштами.

Особливості туристичного попиту: велика різноманітність учасників турів; індивідуальність; заміщуваність; більша, ніж в інших товарах та послугах, еластичність за доходами і ціною, що відбиває неоднорідність споживачів; висока залежність від факторів зовнішнього середовища; віддаленість за часом і місцем від туристичного споживання.

Показники ємності, попиту та пропозиції на ринку туристичних послуг:

Ємність ринку країни = купівельні фонди населення країни в частині туристського призначення, гри. + обсяг послуг, наданих іноземним туристам на території країни, грн. + обсяг послуг, наданих вітчизняним туристам за межами країни, грн.

Характеризує обсяги реалізації туристичних послуг у країні за певний період.

Ємність локального ринку = купівельні фонди населення регіону в частині туристського призначення, грн. + – іншорайонний попит, грн.

Характеризує обсяги реалізації туристичних послуг за певний період на локальному ринку.

Цінова еластичність попиту має велике значення для ціноутворення в туризмі.

Для визначення ступеня чутливості попиту до зміни цін використовують показник еластичності попиту за цінами, що визначається як відношення відсотка зміни величини попиту до відсотка зміни його ціни.

У загальному випадку еластичність попиту – це залежність його зміни від певного ринкового фактору. Розрізняють цінову еластичність попиту й еластичність попиту від доходів споживачів..

Якщо збільшення ціни приводить до відносно слабкого падіння попиту, то в цьому випадку попит є нееластичним. Якщо таке ж збільшення ціни приводить до значного падіння попиту – еластичний попит.

Ступінь впливу еластичності попиту на зміну ціни характеризує коефіцієнт цінової еластичності попиту, що визначається як відношення процентної зміни величини попиту до процентної зміни ціни. Даний коефіцієнт, як правило, є негативною величиною. Якщо зниження ціни викликає такий ріст продажів, що втрати від низьких цін компенсуються, то попит кваліфікується як еластичний, якщо ні, то це свідоцтво нееластичності попиту.

Цінова еластичність попиту в туристській індустрії має свої особливості.

Цінова еластичність попиту не є однорідною в широкому спектрі тур–послуг, тобто зміна ціни в певному спектрі послуг не веде до змін попиту.

Ступінь цінової еластичності залежить від мотивацій і цілей подорожі.

Ділові подорожі не реагують на зміни цін. Подорожі з особистими цілями часто залежать від ціни.

Цінова еластичність може бути неоднорідною протягом процесу підготовки до подорожі й самої подорожі. У фазі готування до подорожі вона найвища.

Коефіцієнт еластичності попиту за ціною = [(обсяг реалізованого попиту на туристичний продукт у звітному періоді, туроднів (людино-днів) – обсяг реалізованого попиту на туристичний продукт у базовому періоді, туроднів (людино-днів)) / обсяг реалізованого попиту на туристичний продукт у базовому періоді, туроднів (людино-днів)] / [(ціна туристичної (готельної) послуги у звітному періоді, грн. – ціна туристичної (готельної) послуги у базовому періоді, грн.) / ціна туристичної (готельної) послуги у базовому періоді, грн.].

Характеризує, на скільки відсотків змінюється попит на одного споживача в разі зміни ціни на 1 %.

Коефіцієнт еластичності попиту за доходами = [(обсяг реалізованого попиту на туристичний продукт в звітному періоді, туроднів (людино-днів) – обсяг реалізованого попиту на туристичний продукт в базовому періоді, туроднів (людино-днів)) / обсяг реалізованого попиту на туристичний продукт в базовому періоді, туроднів (людино-днів)] / [(доходи на одного споживача в звітному періоді, грн. – доходи на одного споживача в базовому періоді, грн.) / доходи на одного споживача в базовому періоді, грн.

Характеризує, на скільки відсотків змінюється попит на одного споживача в разі зміни середніх доходів споживача на 1%.

Таблиця 2.1 – Характеристика попиту туристів за коефіцієнтом еластичності за ціною

Коефіцієнт еластичності	Характер попиту	Поведінка покупців	
		якщо ціна знижується	якщо ціна підвищується
1	2	3	4
$K_{ел.(ц)} = \infty$	Цілком еластичний	Обсяг споживання послуг підвищується до необмеженого розміру	Обсяг споживання послуг знижується до необмеженого розміру (або повна відмова від послуг)
$1 < K_{ел. (ц)} < \infty$	Еластичний	Значно підвищується обсяг споживання послуг (вищими темпами, ніж зростає ціна)	Значно знижується обсяг споживання послуг (попит знижується вищими темпами, ніж зростає ціна)

Продовження таблиці 2.1

1	2	3	4
$K_{el}(p) = 1$	Одинична еластичність	Попит підвищується тим самим темпом, що й падає ціна	Попит знижується тим самим темпом, що й падає ціна
$0 < K_{el}(p) < 1$	Нееластичний	Попит підвищується меншими темпами, ніж темпи зниження ціни	Попит знижується меншими темпами, ніж темпи зростання ціни
$K_{el}(p) = 0$	Цілком нееластичний	Абсолютно не змінюються обсяги споживання послуг	Абсолютно не змінюються обсяги споживання послуг

Частка підприємства на ринку туристичних послуг = обсяг реалізації туристських послуг підприємства (в натуральному або вартісному вираженні) / загальний обсяг реалізації туристичних послуг на ринку * 100 %.

Характеризує ступінь охоплення підприємством потенційної ємності ринку.

Еластичність попиту за ціною характеризує зміни темпів приросту попиту в залежності від зміни ціни.

Кількісно еластичність попиту визначається з використанням коефіцієнта еластичності попиту за ціною.

ПРИКЛАД ЗАВДАННЯ З РОЗВ'ЯЗАННЯМ:

Активізація підприємницької діяльності в період ринкових відтворень, розвиток різних сегментів туризму в Україні, зумовили зростання попиту на готельні послуги, який за існуючих соціально-економічних умов був реалізований за останні два роки.

Розробка програм розвитку туризму і готельного господарства (як його важливої складової потребує) оцінки інтенсивності змін обсягу попиту за досліджуваний період та врахування впливу факторів ринкового середовища. Зокрема, за прогнозами передбачається збільшення рівня цін на готельні послуги в середньому на 5%.

За даними таблиці 2.2:

1. Визначити коефіцієнт еластичності реалізованого попиту на готельні послуги за ціною.

2. Дати економічну оцінку реалізованого попиту на готельні послуги щодо ступеня його еластичності за ціною.

3. Розрахувати платоспроможний попит на основні послуги готельних підприємств України в плановому році в натуральних і вартісних одиницях виміру.

Таблиця 2.2 Обсяг реалізованого попиту на готельні послуги в Україні за 2 роки

Показники	Роки	
	1-й	2-й
Доходи від основного виду діяльності (плата за проживання), тис. грн.	283719,20	383918,60
Загальний час перебування приїжджих, тис. людино-днів	8166,73	8933,85

РОЗВ'ЯЗАННЯ:

Визначити середню ціну одиниці готельної послуги (людино-добу) за даними таблиці 2.3:

Таблиця 2.3 – Розрахунок середньої ціни готельної послуги в динаміці за 2 роки

Показники	Минулий рік	Звітний рік	Відхилення	
			абсолютне + / -	відносне, %
Доходи підприємств від основного виду діяльності, тис. грн.	283719,2	383918,6	+100199,4	35,3
Обсяг наданих готельних послуг, тис. людино-днів	8166,73	8933,85	+767119	9,4
Середня ціна готельної послуги, грн.	34,74	42,97	+8,23	23,7

Розрахунок коефіцієнта еластичності реалізованого попиту за ціною на готельні послуги:

$$K_{\text{вл}(\text{ц})} = \frac{O_z - O_m}{O_m} / \frac{C_z - C_m}{C_m},$$

де O_z, O_m – обсяг наданих готельних послуг за звітний та минулий роки відповідно, тис. людино-днів;

C_z, C_m – середня ціна готельної послуги за звітний та минулий роки відповідно, грн.

$$K_{\text{ел}(\text{ц})} = \frac{8933,85 - 8166,73}{8166,73} / \frac{42,97 - 34,74}{34,74} = 0,4.$$

Визначення темпу зміни прогнозного попиту на готельні послуги в разі підвищення ціни на 5%:

$$T_{\text{зм.}} 5\% \cdot 0,4 = 2\%.$$

Розрахунок обсягу попиту споживачів на готельні послуги в плановому році в натуральних одиницях виміру:

$$8933,85 \cdot 1,02 = 9112525 \text{ людино} - \text{днів}.$$

Обчислення прогнозової ціни на готельні послуги (за людино-добу):

$$42,97 \cdot 1,05 = 45,11 \text{ грн.}$$

Визначення потенційного попиту споживачів на послуги підприємств готельного господарства країни у вартісному виразі:

$$9112525 \cdot 45,11 = 411066 \text{ тис.грн.}$$

Висновки. Розрахунки показали, що коефіцієнт еластичності попиту на

готельні послуги за ціною становить 0,4 од. Отже, попит споживачів на готельні послуги залежно від ціни є низько еластичним.

Реакція відвідувачів підприємств готельного господарства в Україні на зміни цін на основні послуги є незначною, а саме: у разі збільшення ціни на 1% попит змінюється на 0,4%; у разі підвищення ціни у плановому періоді на 5% попит на готельні послуги, на відміну від класичної залежності попиту, підвищиться за ціною на 2%.

Така ситуація обумовлюється специфічними факторами розвитку готельного господарства в країні за період, який аналізується: нереалізована пропозиція підприємств готельного господарства, про що свідчить низький рівень завантаження номерного фонду; збільшення ємності ринку і невисока інтенсивність конкуренції на ньому; активізація розвитку туризму, в тому числі іноземного; конкурентоспроможні ціни для іноземних громадян тощо.

В результаті обсяг реалізації готельних послуг у плановому періоді становитиме 9112525 людино-днів, а доходи готельного господарства в цілому по країні – 411066 тис. грн.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО РОЗВ'ЯЗАННЯ

ЗАВДАННЯ 2.1

Готель № має спеціалізацію спа-готелю На ринку міста є ще два готелі, що мають аналогічну спеціалізацію. Готель має обрати стратегію просування. Готель № показує фінансово стійкі результати, отже не має наміру переслідувати лідера. За 2016 р. готелем № було надано послуг з розміщення на суму 133 тис. грн., другий готель надав послуг на суму 140 тис. грн., обсяги доходів готелю-лідера не відомі, проте, відомо що цей готель займає 45% долі ринку. Визначити ємність ринку спа-готелів у цьому місті, а також обсяги реалізації готелем-лідером.

ТЕМА 3 УПРАВЛІННЯ ОБСЯГОМ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОСЛУГ ТУРИСТСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Пропозиція туристичного підприємства – це вся маса призначених для продажу туристичних послуг і товарів, скомплектованих у тури.

Пропозиція характеризується:

якісними параметрами – клас туру, типи, категорія (комфортність) засобів розміщення, оптимальність маршруту, якісні параметри обслуговування;

кількісними показниками – потужність туристичного підприємства, загальний обсяг реалізації послуг, асортимент і номенклатура туристичних послуг, цінові характеристики послуг, тривалість туристичної подорожі.

Обсяг реалізації послуг туристичного підприємства оцінюється за допомогою наступних показників: кількість обслужених туристів (осіб), тривалість туру (днів), дохід (виручка) від реалізації туристичного продукту (грн.), обсяг реалізації туристичного продукту (туроднів), кількість

реалізованих турів (од).

Розрізняють специфічні (характерні і супутні) та неспецифічні туристські продукти.

1. Туристські послуги:

– **основні** – розміщення, харчування, транспортне обслуговування та страхування,

– **додаткові** – побутові, медичні, валютно–кредитні, торговельні, послуги спеціальних видів зв'язку, інформаційні, культурно–видовищні, ігрові, спортивні, конгресне обслуговування та ін.,

– **специфічні** – надаються підприємствами–посередниками в туризмі. Це – послуги туристичних бюро, туристичних агентств, туристичних операторів, екскурсійних бюро, бюро подорожей і екскурсій, та інших підприємств), туристські товари (специфічні, неспецифічні), умови і ресурси довкілля (природні, створені, соціально–побутові).

2. Туристські товари – специфічні та неспецифічні.

3. Умови і ресурси довкілля – природні, створені, соціально–побутові.

Передумовою планування обсягу пропозиції туристичного продукту є його економічний аналіз, який проводиться за наступними етапами:

1. Формування інформаційної бази даних про обсяг і структуру реалізації туристичного продукту за даними форм статистичної звітності.

2. Визначення загального обсягу реалізації туристичного продукту та аналіз ступеня виконання плану за звітний період.

3. Аналіз динаміки загального обсягу реалізації туристичного продукту – темпи росту й темпи приросту обсягу реалізації туристичного продукту за 3–5 останніх років, середньорічні темпи зміни обсягу реалізації туристичного продукту.

4. Аналіз складу реалізації туристичного продукту за окремими видами туризму.

5. Аналіз обсягу та структури реалізації туристичного продукту по регіонах.

6. Аналіз структури й асортименту туристичного продукту.

7. Аналіз структури туристичного продукту підприємства.

8. Аналіз ритмічності й сезонності реалізації туристичного продукту здійснюється за допомогою коефіцієнтів ритмічності, сезонності.

Коефіцієнт ритмічності = обсяг реалізації туристичного продукту в межах плану, грн. (туроднів)/ загальний обсяг реалізації туристичного продукту за планом за весь період, грн. (туроднів).

9. Аналіз обсягу і структури туристичного продукту за місцем реалізації.

10. Кількісна оцінка факторів, що обумовлюють зміни обсягу реалізації та структури реалізації.

11. Дослідження показників порогу безпечності та запасу фінансової міцності туристичного підприємства.

Поріг безпечності, грн. = дохід (виручка) від реалізації туристичних послуг фактичний, грн. – дохід (виручка) від реалізації турпродукту в точці

беззбитковості, грн.

Дохід (виручка) від реалізації турпродукту в точці беззбитковості,
грн. = витрати постійні, грн. / (Ціна туру, грн – витрати змінні на 1 тур, грн.) *
Ціна туру, грн.

Змінні витрати в туризмі – вартість проживання, транспортування, харчування, вартість спеціалізованих послуг (страхування, гίδα–перекладача, бронювання послуг, екскурсійні тощо), більша частина витрат операційної діяльності, витрат на збут туристичного продукту.

Запас фінансової міцності, разів = дохід (виручка) від реалізації туристичних послуг фактичний, грн./ дохід (виручка) від реалізації турпродукту в точці беззбитковості, грн.

12. Визначення резервів збільшення обсягів реалізації туристичного продукту.

У системі управління економічною діяльністю підприємства вихідне місце займає планування обсягу реалізації турпродукту.

АНАЛІЗ БЕЗЗБИТКОВОСТІ (CVP–АНАЛІЗ)

Одним з основних методів планування діяльності туристського підприємства є CVP–аналіз (cost–volume–profit analysis), або, інакше, аналіз співвідношення витрат, обсягу випуску й прибутку. Він розглядає зміну операційного прибутку під впливом обсягу випуску/продажі продукції, продажних цін, змінних витрат на одиницю й постійних витрат й допомагає відповісти на питання:

– що відбудеться з виторгом і витратами, якщо ми продамо на 1000 одиниць товару більше;

–якщо ми підвищимо або знизимо продажну ціну;

– якщо ми вийдемо на світовий ринок тощо.

(Для розгляду методу необхідно пам'ятати, що Операційний прибуток = виторг – собівартість проданої продукції.

Чистий прибуток = (операційний прибуток+позареалізаційні доходи) – позареалізаційні доходи – податки із прибутку).

Розглянемо механізм CVP–аналізу на прикладі:

Фірма–турагент планує продавати турпакети на популярній двотижневій виставці–продажі. Передбачається вартість турпакета в туроператора 120 у.од. за одиницю. Планується продаж турпакету за 200 у.од. Дводенна оренда торговельного місця становить 2 000 у.од. Припустимо, що інших витрат не було. Який же прибуток одержить фірма від продажу різної кількості турів?

Орендна плата – 2 000 у.од. є постійними витратами, тому що не залежить від кількості проданих турів. Витрати на турпакети є змінними, тому що вони збільшуються зі збільшенням обсягу продаж. За кожну продану одиницю турагент повертає туроператорові 120 у.од.

Якщо фірма реалізує 5 турпакетів, витрати на покупку складуть 120 у.од.
*5турпакетів = 600 у.од.

Фірма може використати CVP–аналіз, щоб довідатися як зміниться

величина операційного прибутку при зміні обсягу продаж:

При продажі 5 турпакетів фірма одержить виторг $200 \text{ у.од.} * 5 \text{ турпакетів} = 1000 \text{ у.од.}$, при цьому змінні витрати складуть $120 \text{ у.од.} * 5 \text{ турпакетів} = 600 \text{ у.од.}$, а постійні – 2000 у.од. . Отже, збиток складе $1000 - 600 - 2000 = 1600 \text{ у.од.}$

При продажі 40 турпакетів, виторг складе $200 \text{ у.од.} * 40 = 4800 \text{ у.од.}$. Операційний прибуток становитиме $8000 - 4800 - 2000 = 1200 \text{ у.од.}$

Залежно від проданої кількості турпакетів змінюються й загальний виторг і загальні змінні витрати.

Різниця між сумарним виторгом і змінними витратами називається маржинальним прибутком – це ключове поняття CVP-аналізу. Маржинальний прибуток – сума, що впливає на зміну операційного прибутку залежно від обсягу проданих одиниць товару.

Якщо буде продано 5 турпакетів, то маржинальний прибуток становитиме: $1000 \text{ (виторг)} - 600 \text{ (змінні витрати)} = 400 \text{ у.од.}$

Якщо буде реалізовано 40 турпакетів, то маржинальний прибуток становитиме: $8000 \text{ (виторг)} - 4800 \text{ (змінні витрати)} = 3200 \text{ у.од.}$

За допомогою маржинального прибутку на одиницю товару стає можливим визначення маржинального прибутку на весь реалізований товар.

Маржинальний прибуток на одиницю турпакета складе $200 - 120 = 80 \text{ у.од.}$

Загальний маржинальний прибуток = $80 \text{ у.од.} * 5 = 400$ і $80 \text{ у.од.} * 40 = 3200 \text{ у.од.}$

Цей показник сприяє покриттю постійних витрат. Коли постійні витрати повністю покриті, маржинальний прибуток призначається на одержання операційного прибутку. Розрахунок маржинального прибутку для різної кількості проданих турпакетів представлений у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Розрахунок маржинального прибутку для різної кількості проданих турпакетів

	Кількість проданих турпакетів				
	0	1	5	25	40
Виторг, 200 у.од. за пакет	0	200	1000	5000	8000
Змінні витрати, 120 у.од. за турпакет	0	120	600	3000	4800
Маржинальний прибуток 80 у.од. за турпакет	0	80	400	2000	3200
Постійні витрати, у.од.	2000	2000	2000	2000	2000
Операційний прибуток, у.од.	-2000	-1920	-1600	0	1200

Можна розрахувати відносний показник – рівень маржинального прибутку у відсотках – це відношення питомої маржинального прибутку до продажно ціни $80/200 = 40 \%$, тобто 40% кожної у.од. виторгу йде в маржинальний прибуток.

Таким чином, підраховуємо загальний маржинальний прибуток = відсоток маржинального прибутку * виторг, тобто при продажі 25 турпакетів виторг = 5000, маржинальний прибуток = $5000 * 40\% = 2000$.

Точка беззбитковості (критична точка) – продаж 25 турпакетів.

Точка беззбитковості – це та кількість випущеної (реалізованої) продукції, при якій виторг дорівнює всім витратам.

Розглянемо три методи визначення цього показника – метод рівняння, метод маржинального прибутку й графічний метод.

Метод рівняння

Виторг – змінні витрати – постійні витрати = операційний прибуток або
Продажна ціна за одиницю товару*Кількість проданих товарів – Змінні витрати на одиницю товару* Кількість проданих товарів – постійні витрати = Операційний прибуток.

Дорівнюємо операційний прибуток нулю.

Тоді $200 * \text{Кількість проданих товарів} - 120 * \text{Кількість проданих товарів} = 0$
 $\text{Кількість проданих товарів} = 2000/80 = 25$ турпакетів

Метод маржинального прибутку

Продажна ціна за од. *Кількість проданого товару – Змінні витрати на од. тов. * Кількість проданого товару – Постійні витрати = операційний прибуток
(Продажна ціна за од. – Змінні витрати на од. тов.) * Кількість проданого товару = Операційний прибуток + Постійні витрати.

У точці беззбитковості операційний прибуток = 0.

(Продажна ціна за од. – Змінні витрати на од. тов.) * Кількість проданого товару = Постійні витрати.

(Продажна ціна за од. – Змінні витрати на од. тов.) – Маржинальний прибуток на одиницю товару.

Маржинальний прибуток на одиницю товару * Кількість проданого товару = Постійні витрати

Кількість проданої продукції = Постійні витрати / Маржинальний прибуток на одиницю товару $2000/80 = 25$ одиниць.

Графічний метод

Алгоритм побудови графіка показаний на рисунку 3.1:

Відкладаємо по осі ординат величину постійних витрат – т. А. (2 000 у.од.).

Відкладаємо по осі ординат величину змінних витрат (наприклад, 40 одиниць * 120 у.од. = 4 800 у.од.).

Відкладаємо по осі ординат величину сукупних витрат (сума змінних і постійних витрат, тобто $4\,800 + 2\,000 = 6\,800$ у. од.).

Позначаємо т. В (4 800 у. од. при реалізації 40 турів). З'єднавши т. А і т. У ми одержуємо пряму сукупних витрат.

Позначаємо т. З (виторг і рівень продажів нульові) і т. Д. (виторг при реалізації 40 турів складе $200 \text{ у. од.} * 40 \text{ од.} = 8\,000 \text{ у.од.}$).

З'єднавши т. С і т.Д ми одержуємо пряму виторгу.

Точка перетинання прямих сукупних витрат і виторгу є точкою беззбитковості.

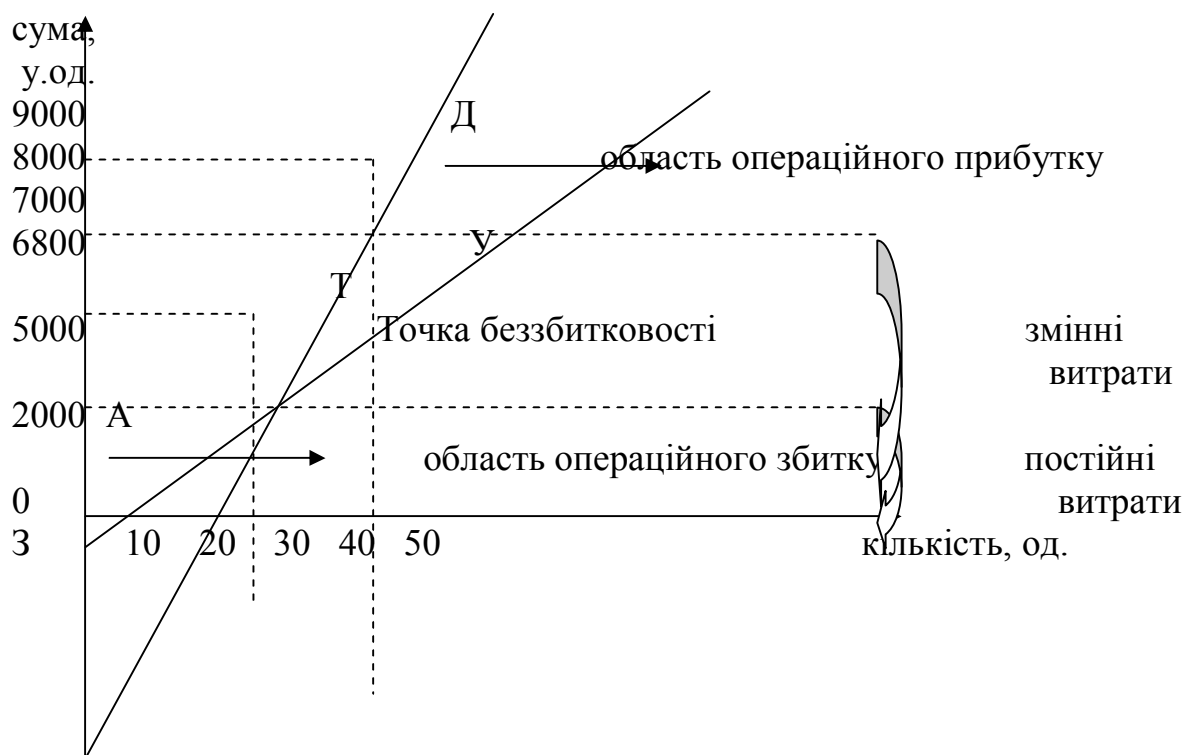


Рисунок 3.1 – Графічний метод визначення точки беззбитковості

CVP-аналіз використовують при прийнятті управлінських рішень.

Прийняття рішень по рекламі.

Припустимо, фірма очікує продаж 40 турпакетов, тоді операційний прибуток був би 1200 у.о.д. Фірма хоче помістити рекламу в буклеті виставки. Вартість реклами – 500 у.о.д. Це постійна витрата, тому що не залежить від кількості проданих турпакетів. Очікується, що реклама збільшить обсяг продажу на 5 турпакетов. Чи варто проводити рекламну кампанію?

Таблиця 3.2 – Розрахунок операційного прибутку

	40 турпакетів	45 турпакетів	Різниця
	1	2	2–1
Маржинальний прибуток	$80 \cdot 40 = 3200$	$80 \cdot 45 = 3600$	400
Постійні витрати	2000	2500	500
Операційний прибуток	1200	1100	-100

Таким чином, рекламувати товар не треба. Ухвалення рішення про зниження продажної ціни.

Турфірма хоче знизити ціну турпакета до 175 у.о.д., тоді обсяг продажу очікується в розмірі 50 турпакетов. При такому обсязі продажу, туроператор знизить ціну на 5 у.о.д. за турпакет, тобто до 115 у.о.д. Чи варто знижувати ціну? Маржинальний прибуток при ціні 175 у.о.д. $(175 - 115) \cdot 50 = 3000$

Маржинальний прибуток при ціні 200 у.о.д. $(200 - 120) \cdot 40 = 3200$

Зменшення маржинальний прибутку при зниженні ціни: $= 3200 - 3000 = 200$ у.о.д. Таким чином, знижувати ціну нема рації.

ПРИКЛАД ЗАВДАННЯ З РОЗВ'ЯЗАННЯМ

У нових ринкових умовах господарювання троє випускників вищого навчального закладу (ВНЗ) із фаху «менеджер з туризму» вирішили організувати туристичну фірму «Чарівна подорож», що пропонуватиме нові маршрути в напрямку виїзного туризму. Проаналізувавши пропозицію туристичних послуг на ринках України, молоді підприємці вирішили організувати туристські подорожі до Бельгії, де вони проходили виробничу практику і за наслідками якої ознайомилися з туристичними об'єктами цієї країни.

Розрахувати обсяг діяльності туристичної фірми «Чарівна подорож» у точці беззбитковості в натуральних і вартісних показниках.

Розрахувати обсяг діяльності туристичної фірми «Чарівна подорож» у точці цільового прибутку в натуральних і вартісних показниках.

Скласти пояснювальну аналітичну записку. Вихідні дані до виконання завдання надані в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3 – Вихідні дані

Показники	Значення показників, тис. грн
Цільовий прибуток	52,0
Витрати:	
– постійні,	202,0
– змінні на 1 путівку.	1,252
Ціна путівки	4,050

Розв'язання:

1. Розрахунок кількості реалізованих турів до Бельгії в точці беззбитковості: $202000 / (4050 - 1252) = 202000 / 2798 = 72$ турів.

2. Розрахунок обсягу доходу (виручки) підприємства в точці беззбитковості: $72 \times 4050 = 291,6$ тис. грн.

3. Розрахунок кількості реалізованих турів до Бельгії в точці цільового прибутку підприємства: $= (202000 + 52000) / (4050 - 1252) = 254000 / 2798 = 91$ тур.

4. Розрахунок обсягу доходу (виручки) підприємства в точці цільового прибутку $91 \times 4050 = 368,6$ тис. грн.

Висновки.

Новоутворене туристичне підприємство «Чарівна подорож» зможе досягти беззбиткової діяльності в разі реалізації 72 турів до Бельгії за ціною 4050 грн. на суму 291,6 тис. грн. Отримання цільового прибутку в розмірі 52 тис. грн. є можливим у разі продажу 91 туру, що становитиме 368,6 тис. грн.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО РОЗВ'ЯЗАННЯ:

ЗАВДАННЯ 3.1

1. Визначити обсяг реалізації турів до Болгарії у точці беззбиткової діяльності підприємства.

2. Скласти пояснювальну аналітичну записку. Вихідні дані представлені в таблиці 3.3.

Таблиця 3.4 – Вихідні дані

Показники	Значення показників, ум. грош. од.
Середня ціна туру	370,0
Середні змінні витрати на 1 тур	210,0
Загальні постійні витрати підприємства	850,0

ТЕМА 4 УПРАВЛІННЯ ОБСЯГОМ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Основні показники експлуатаційної діяльності готелю – натуральні (одноразова місткість, можлива пропускна спроможність готелю, пропускна спроможність, коефіцієнт завантаження номерного фонду (місць) готелю (коефіцієнт використання пропускної спроможності) та вартісні (дохід (виручка) від реалізації основних та додаткових послуг).

Основою планомірної організації експлуатаційної діяльності підприємства готельного господарства є розробка і виконання виробничо–експлуатаційної програми.

Експлуатаційна програма – це кількість місць (номерів), які надаються для проживання гостям у плановому періоді з урахуванням середнього терміну проживання гостей (або оборотності одного місця) в готелі.

За одиницю виміру основних послуг готелю прийнято число людино-днів (місце-днів, ліжка-днів).

Показники експлуатаційної програми готельного підприємства.

1. Одноразова місткість = кількість номерів кожної категорії* число постійних (інвентарних) місць у кожному номері.

Характеризує кількість інвентарних місць готелю.

2. Можлива пропускна спроможність = одноразова місткість* кількість календарних днів роботи готелю.

Характеризує чисельність гостей, що можуть бути обслужені в готелі з урахуванням кількості інвентарних місць за певний період у відсутності простоїв.

3. Пропускна спроможність = можлива пропускна спроможність – кількість людино-днів перебування номерного фонду в капітальному ремонті та реконструкції.

Характеризує чисельність гостей, що можуть бути обслужені в готелі з урахуванням простоїв, пов'язаних із капремонтom і реконструкцією готелю.

4. Планова пропускна спроможність = Пропускна спроможність – кількість людино-днів перебування номерного фонду в простой під плановим ремонтом – кількість людино-днів перебування номерів у простой з причин санітарної обробки номерів та підготовки їх до заселення – кількість людино-днів перебування номерів у простой під плановим ремонтом з інших об'єктивних причин.

Характеризує чисельність гостей, що можуть бути обслужені в готелі з урахуванням планових простоїв з об'єктивних причин.

5. Середня місткість = (Кількість місць в експлуатації на початок періоду

* термін перебування номерів (місць) в експлуатації на початок періоду, днів + Кількість місць в експлуатації на кінець періоду * термін перебування номерів (місць) в експлуатації на кінець періоду, днів) / загальний календарний термін експлуатації номерного фонду готелю, днів.

Характеризує середню кількість інвентарних місць у готелі за певний період.

6. Плановий коефіцієнт завантаження номерного фонду (місць) за певний період (коефіцієнт використання пропускної спроможності) = Планова пропускна спроможність / Пропускна спроможність.

Характеризує ступінь використання номерного фонду готелю за планом

7. Звітний коефіцієнт завантаження номерного фонду (місць) за певний період (коефіцієнт використання пропускної спроможності) = фактично надана кількість місце-днів / людино-днів (загальний час перебування приїжджих) / Пропускна спроможність.

Рівень завантаження номерного фонду = фактично надана кількість місце-днів / людино-днів (загальний час перебування приїжджих) / Пропускна спроможність * 100.

Характеризує ступінь використання номерного фонду готелю за певний період.

Оперативні показники експлуатаційної програми підприємств готельного господарства.

1. Середня кількість гостей на місце = загальна кількість гостей, осіб / кількість проданих місць.

Характеризує середню кількість гостей, що в середньому обслужена за рік на одному місці.

2. Середній час перебування гостя = фактично надана кількість людино-днів / загальна кількість гостей, осіб.

Характеризує тривалість перебування гостя в готелі в середньому за рік.

3. Коефіцієнт завантаження номерного фонду (місць) за день = кількість зайнятих місць / кількість інвентарних місць.

Показує ступінь завантаження місць готелю.

4. Обіговість місця: в разях = середня кількість місць в експлуатації / середній термін перебування гостя в готелі, днів.

Характеризує кількість разів експлуатації одного місця за період з урахуванням середнього терміну перебування гостя в готелі.

5. Обіговість місця: в днях = фактична кількість людино-днів / середня кількість місць в експлуатації.

Характеризує річну кількість використання місця за певний період з урахуванням середньої тривалості проживання, що склалася.

6. Обіговість місця: в кількості осіб = кількість гостей, обслужених у готелі за певний період, осіб / середня кількість місць в експлуатації.

Характеризує чисельність гостей, які в середньому обслужені на 1 місці готелю за певний період.

7. Середня кількість номерів, прибраних за день = кількість зайнятих

номерів, од / кількість 8-годинних змін покоївок.

Показує середню кількість номерів, прибраних за день.

Етапи економічного аналізу показників експлуатаційної програми готелю:

1. Формування інформаційної бази даних.
2. Аналіз ступеня виконання виробничо-експлуатаційної програми готелю за звітний період та ефективності використання наявної матеріально-технічної бази.
3. Аналіз динаміки загального обсягу та зміни структури наданих готелем послуг за 3–5 років.
4. Аналіз сезонності реалізації готельних послуг.
5. Кількісна оцінка факторів, що обумовлюють зміну обсягу та структури реалізації готельних послуг.
6. Оцінка порогу безпечності та запасу фінансової стійкості, обсягів реалізації готельних послуг у критичних точках діяльності.
7. Визначення розмірів збільшення обсягів реалізації готельних послуг та оптимізації використання номерного фонду.

На обсяги експлуатаційної діяльності готелю впливають:

- зовнішні (інфляційні процеси в економіці країн-виробників готельних послуг, постачальників туристичних послуг; інвестиційна політика держави, у тому числі щодо розвитку готельного господарства і туризму; платоспроможний попит населення на послуги готельного господарства і туризму; культура та національні особливості споживання послуг індустрії гостинності; співвідношення цін на продовольчі та непродовольчі товари, платні послуги населення; соціально-демографічна політика в країні; активність галузевих профспілок, громадських організацій та об'єднань, загальнодержавних та регіональних асоціацій);
- внутрішні фактори (рівень маркетингової діяльності; забезпеченість робочою силою та ефективність її використання; рівень якості та культури обслуговування; ефективність використання матеріально-технічної бази готелю; мотиваційна політика персоналу).

ПРИКЛАД ЗАВДАННЯ З РОЗВ'ЯЗАННЯМ

Тризірковий готель, розташований у зручному (з точки зору транспортної доступності) місці великого промислового міста. Готуючись до сертифікації готельних послуг, підприємство здійснило плановий поточний та капітальний ремонт частини номерного фонду з метою його перепланування. Крім ремонтних робіт, інші причини обумовили зниження коефіцієнта завантаження номерного фонду порівняно із запланованим, що негативно вплинуло на виконання показників виробничо-експлуатаційної програми готелю.

Визначити можливу пропускну спроможність готелю.

Визначити час простою номерного фонду (людино-днів) із різних причин (капітального ремонту; поточного ремонту; санітарної обробки номерів; інших).

Визначити пропускну спроможність готелю.

Визначити планову пропускну спроможність готелю.

Визначити коефіцієнт завантаження готелю в звітному році.

Скласти пояснювальну аналітичну записку, в якій надати оцінку фактичному використанню пропускну спроможності готелю і сформулювати пропозиції щодо підвищення ефективності її використання.

Вихідні дані:

Кількість номерів – 40, у тому числі: «президентські» апартаменти – 6, апартаменти – 8, «люкс» – 16, «напівлюкс» – 10. Першої категорії: однокімнатні одномісні – 90, однокімнатні двомісні – 50.

Кількість номерів у капітальному ремонті, всього – 10, у тому числі «напівлюкс» – 10.

Кількість номерів у поточному профілактичному ремонті, всього – 44, у тому числі: «люкс» – 2, однокімнатні одномісні – 32, однокімнатні двомісні – 10.

Тривалість поточного ремонту – 6 днів, середній час санітарної обробки і підготовки номеру до заселення – 1,8 години.

Фактично надано за рік 76860 людино-діб.

Середня тривалість перебування гостя – 6 діб.

РОЗВ'ЯЗАННЯ.

Розрахунок одноразової місткості готелю:

$O_m = 90 \cdot 1 + 50 \cdot 2 + 6 + 8 + 16 + 10 = 270$ (місць).

Обчислення можливої пропускну спроможності готелю:

$ПСМ = 270 \times 365 = 98550$ (людино-діб).

Визначення кількості обслужених гостей готелю:

$Кг = 76860 / 6 = 12810$ (осіб).

Розрахунок кількості місце-днів простою номерного фонду із-за проведення реконструкції та капітального ремонту приміщень

$Кр = 10 \cdot 2 \cdot 365 = 7\,300$ (людино-діб);

поточного ремонту:

$Кп.р. = (2 \cdot 2 + 32 + 10 \cdot 2) \cdot 6 = 336$ (людино-діб);

санітарної обробки та підготовки номерів до заселення гостей:

$Кс.о. = (1,8 \cdot 12810) / 24 = 961$ (людино-діб).

Усього простоїв: $7300 + 336 + 961 = 8597$ (людино-діб).

Визначення пропускну спроможності (ПС) готелю:

$ПС = 98550 - 7300 = 91250$ (людино-діб).

Розрахунок планової пропускну спроможності:

$ПСПл = 91250 - 336 - 961 = 89953$ (людино-діб).

Обчислення коефіцієнтів завантаження готелю:

планового – $КЗ пл. = 89953 / 91250 = 0,986$, або 98,6 (%);

фактичного – $КЗ ф = 76860 / 91250 = 0,842$, або 84,2 (%).

Висновки. Одноразова місткість тризіркового готелю «Гостинний двір»,

тобто кількість місць, яку може надати підприємство одночасно, становила 270 місць; можлива пропускна спроможність з урахуванням цілорічної роботи готелю без простоїв – 98550 людино-днів.

У зв'язку з капітальним ремонтом простої номерного фонду склали 7300 людино-днів; простої, пов'язані з поточним профілактичним ремонтом номерів, – 336 людино-днів, а за причини санітарної обробки та підготовки номерів для заселення – 961 людино-добу.

В результаті пропускна спроможність готелю склала 91250 людино-днів, а планова – 89953 людино-добу.

Оскільки за звітний період фактично надано послуг 76860 людино-днів, простої з інших причин (зменшення попиту на послуги гостинності в передсвяткові дні, несезонні періоди, інше) становили $89953 - 76860 = 13093$ людино-добу.

Таким чином, за причин простоїв рівень завантаження номерного фонду готелю «Гостинний двір» за звітний період склав 84,2%, що є менше запланованого на 14,4 відсоткових пункта (98,6%). Це потребує вдосконалення роботи маркетингового відділу щодо розширення цільового сегменту ринку та збільшення обсягів надання готельних послуг.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО РОЗВ'ЯЗАННЯ:

ЗАВДАННЯ 4.1

У чотиризірковому цілорічно функціонуючому готелі на 10 поверхах розташовані номери: «президентські» апартаменти – 6, апартаменти – 8, «люкси» – 36, «напівлюкси» – 20; першої категорії, з яких: однокімнатні одномісні – 60; двокімнатні двомісні – 55.

У поточному році 10 напівлюксів перебували на капітальному ремонті. Крім цього, частина номерного фонду перебувала (як передбачалося за планом) в поточному профілактичному ремонті: «люксів» – 4, однокімнатних одномісних – 25, однокімнатних двомісних – 8.

Фактично надано готельних послуг – 80800 людино-днів, середня тривалість перебування гостя – 6 днів, тривалість санітарної обробки і підготовки номеру до заселення – 1,5 години, середня тривалість поточного ремонту номера – 6 днів.

Визначити одночасну місткість готелю.

Визначити можливу пропускну спроможність готелю.

Визначити планову пропускну спроможність готелю.

Визначити коефіцієнт завантаження готелю.

Визначити кількість людино-днів простою номерного фонду.

Скласти пояснювальну аналітичну записку, в якій надати оцінку фактичному використанню пропускної спроможності готелю і намітити заходи спрямовані на збільшення кількості наданих послуг для проживання в межах експлуатаційної спроможності готелю.

ЗАВДАННЯ 4.2

Тризірковий готель «Турист» розташований в діловій частині невеликого

міста. Готель побудований за старим проектом, значна частина його підсобних приміщень використовується неефективно.

Разом із тим активізація ділової активності в місті призвела до зростання попиту на номери підвищеного комфорту, внаслідок чого пропозиція готелю стала недостатньою. У зв'язку з цим у плановому періоді з 1 серпня передбачається реконструкція підсобних приміщень, внаслідок чого – додаткове введення в експлуатацію 20 місць.

Кількість простоїв номерного фонду планується скоротити до 62 днів за рік в результаті організації семінарів і конференцій для ділових туристів. Номерний фонд цілорічного готелю «Турист» становить 350 місць.

Розрахувати середню кількість інвентарних місць, що перебуватимуть в експлуатації готелю в плановому році.

Визначити можливу пропускну спроможність готелю.

Визначити планову пропускну спроможність готелю.

Розрахувати коефіцієнт завантаження готелю в плановому році.

Скласти пояснювальну аналітичну записку.

Керівництво цілорічного готелю "Спорт" планує максимізувати обсяг надання послуг за рахунок підвищення ефективності використанням існуючої матеріально-технічної бази. Номерний фонд, всього – 255 номерів, у тому числі однокімнатних одномісних – 139, однокімнатних двомісних – 116. Обсяг послуг розміщення (проживання) – 118050 людино-днів. Розрахувати рівень завантаження готелю в поточному році.

Розрахувати обсяг можливої пропозиції послуг проживання в плановому періоді, забезпечивши завантаження готелю на рівні 95%.

Розрахувати темпи росту та приросту обсягів діяльності в плановому році в порівнянні зі звітним. Скласти пояснювальну аналітичну записку, в якій запропонувати заходи для забезпечення комерційної стратегії підприємства.

ЗАВДАННЯ 4.3

Розрахувати вартість проживання 2 днів туриста у готелі N, якщо відомо, що собівартість проживання становить 225 грн. Прибуток має складати 20% від собівартості. Ставка туристського збору становить собівартості 1%.

ТЕМА 5 УПРАВЛІННЯ ТОВАРООБОРОТОМ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ ТА ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Товарооборот – це валовий економічний показник, що характеризує обсяг виручки від реалізації товарів, продукції закладів ресторанного господарства та надання платних торговельних послуг населенню для задоволення потреб споживачів в обмін на їх грошові доходи, або іншим підприємствам – для подальшої переробки, продажу на експорт чи для матеріального забезпечення власних господарських побутових потреб.

За етапами просування товарів від виробника до споживача розрізняють:

Гуртовий товарооборот – обсяг виручки від продажу товарів одних підприємств іншим підприємствам з метою використання цих товарів для

подальшої реалізації, виробничого споживання чи продажу на експорт.

Торгово-посередницький товарооборот – обсяг посередницьких операцій купівлі – продажу товарів на біржі для оптових чи роздрібних покупців.

Роздрібний товарооборот – обсяг виручки від продажу товарів кінцевому споживачу.

Продукція власного виробництва закладів ресторанного господарства – продукція, виготовлена із сировини та продуктів сільського господарства і харчової промисловості, яка пройшла в закладі ресторанного господарства повну або часткову, холодну або термічну обробку й готова до споживання чи подальшого приготування.

Купівельні товари закладу ресторанного господарства – готова до споживання продукція сільського господарства і харчової промисловості, що придбана «на стороні» і реалізується в закладі без додаткової кулінарної обробки та фасування.

Для розрахунку товарообороту підприємств торгівлі та закладів ресторанного господарства найчастіше застосовується програмно–цільовий метод планування:

– у точці беззбитковості: $\text{Товарооборот у точці беззбитковості} = \text{Постійні витрати} * 100\% / (\text{Рівень комерційного доходу} - \text{Рівень змінних витрат})$

– у точці цільового прибутку: $\text{Товарооборот у точці цільового прибутку} = (\text{Постійні витрати} + \text{цільовий прибуток}) * 100\% / (\text{Рівень комерційного доходу} - \text{Рівень змінних витрат})$.

Виробнича програма закладу ресторанного господарства – план випуску продукції в натуральному виразі (у стравах, штуках, кілограмах тощо).

Основні показники виробничої програми:

– Обсяг випуску продукції ресторанного господарства за планом для закладів зі сформованим контингентом споживачів (санаторії, будинки відпочинку тощо) = $\text{Чисельність контингенту споживачів закладу, люд.} * \text{Середня кількість страв на 1 споживача за день згідно раціону харчування (планове меню)} * \text{Кількість днів роботи підприємства за рік}$.

– Обсяг випуску продукції ресторанного господарства за планом для загальнодоступних закладів = $\text{Можлива виробнича потужність у плановому році} * \text{Коефіцієнт використання виробничої потужності}$

– Обсяг випуску продукції ресторанного господарства за планом для закладів ресторанного господарства при готельних (туристських) комплексах = $\text{Чисельність мешканців у засобах розміщення за день} * \text{Середня кількість страв на одного мешканця за день, згідно попередньо сплачених послуг розміщення (пансіон, напівпансіон тощо)} + \text{Чисельність споживачів всього (мешканців комплексу та сторонніх відвідувачів)} * \text{Середня кількість страв на одного споживача за вільним вибором}$.

– Виробнича потужність кухні = $((\text{Тривалість роботи кухні, хв.} - \text{Тривалість організаційно–технічних простоїв за зміну, хв.}) * \text{Загальна ємність варильних котлів, л} * \text{Коефіцієнт заповнення котлів та іншого посуду}) /$

(Тривалість циклу приготування першої страви, хв. * Ємність однієї порції, л).

– Пропускна спроможність закладу ресторанного господарства = (Кількість місць у торговельному залі * Тривалість роботи закладу ресторанного господарства за день, хв.) / Середня тривалість обслуговування одного споживача, хв. = (Корисна площа залу, м кв. * Тривалість роботи залу в день, хв. * Коефіцієнт заповнення залу протягом дня) / (Норма площі на одне місце, м кв. * / Середня тривалість прийому їжі одним споживачем, хв.)

Показник характеризує кількість обслужених споживачів.

Обіговість місця у торговельному залі = Кількість обслужених споживачів, люд. / Кількість місць у залі.

Характеризує кількість обслужених споживачів на одному місці у торговельному залі за певний період.

Коефіцієнт обіговості місця = Обіговість місця фактична, разів / Обіговість місця розрахункова, разів.

Характеризує ступінь використання пропускної спроможності торгового залу закладу ресторанного господарства.

ПРИКЛАД ЗАВДАННЯ З РОЗВ'ЯЗАННЯМ

Ресторан при готельному комплексі, зорієнтований на обслуговування ділових туристів, планує удосконалити продуктову Політику закладу ресторанного господарства завдяки реалізації комплексних сніданків для мешканців готелю та збільшення обсягів / реалізації власної продукції для відвідувачів зі сторони у вечірні години.

У звітному році основні показники господарської діяльності характеризувалися наступними параметрами: валовий товарооборот становив 160220 грош. од., у тому числі від реалізації комплексних сніданків і обідів для мешканців готелю – 40%; рівень комерційного доходу від торговельної діяльності до товарообороту – 40%; рівень змінних витрат – 33%; сума постійних витрат – 10000 грош. од. Фінансові результати закладу ресторанного господарства готельного комплексу характеризувалися як збиткові.

Перед планово–економічним відділом готелю керівництво поставило завдання обґрунтувати обсяги діяльності в критичних точках, перед іншими функціональними підрозділами – розробити програму заходів щодо досягнення цільових обсягів діяльності й реалізації економічної стратегії.

1. Розрахувати товарооборот закладу ресторанного господарства готельного комплексу «Братислава» на плановий рік у точках: беззбитковості діяльності закладу; цільового прибутку в розмірі 2000 грош. од.

Визначити розмір зростання обсягу товарообороту у плановому році порівняно зі звітним в абсолютних і відносних показниках, у тому числі за окремими складовими частинами. У розрахунках прийняти планові рівні витрат та комерційного доходу на рівні звітного року, передбачити підвищення частки товарообороту для відвідувачів зі сторони до 70%. Зробити висновки.

РОЗВ'ЯЗАННЯ:

Розрахунок товарообороту закладу ресторанного господарства в

готельному комплексі в звітному році:

– від реалізації комплексних сніданків і обідів для мешканців готелю:

$$TO_{зв.к.с.} = \frac{160220 \cdot 40}{100} = 64088 \text{ грош.од.}$$

– від реалізації продукції закладу ресторанного господарства для інших відвідувачів зі сторони у вечірні години:

$$TO_{зв.ін} = \frac{160220 \cdot 60}{100} = 96132 \text{ грош.од.}$$

Визначення товарообороту, що забезпечить беззбиткову діяльність закладу ресторанного господарства:

$$TO_{б.} = \frac{10000}{40 - 33} \cdot 100 = 142857 \text{ грош.од.}$$

Розрахунок товарообороту, що забезпечить отримання цільового прибутку ресторану:

$$TO_{ціль.} = \frac{10000 + 2000}{40 - 33} \cdot 100 = 171429 \text{ грош.од.}$$

Визначення складу планового товарообороту закладу ресторанного господарства готелю:

– від реалізації комплексних сніданків і обідів:

$$TO_{пл.к.с.} = \frac{171429 \cdot 30}{100} = 51428,7 \text{ грош.од.}$$

– від реалізації продукції закладу ресторанного господарства для інших відвідувачів зі сторони у вечірні години:

$$TO_{зв.ін} = \frac{171429 \cdot 70}{100} = 120000,3 \text{ грош.од.}$$

Визначення темпів зміни товарообороту у плановому році порівняно зі звітним в абсолютних і відносних показниках:

абсолютне відхилення

– валового товарообороту:

$$\Delta TO = 171429 - 160220 = 11209 \text{ грош.од.}$$

– товарообороту від реалізації комплексних сніданків і обідів:

$$\Delta TO_{к.с.} = 51428,7 - 64088 = -12659,3 \text{ грош.од.}$$

від реалізації продукції закладу ресторанного господарства для відвідувачів зі сторони у вечірні години:

$$\Delta TO_{ін} = 120000,3 - 96132 = 23868,3 \text{ грош.од.}$$

відносне відхилення

– валового товарообороту:

$$\Delta TO = \frac{11209}{160220} \cdot 100 = 7,0\%$$

– товарообороту від реалізації комплексних сніданків і обідів:

$$\Delta TO_{к.с.} = \frac{12659,3}{64088} \cdot 100 = 19,75\%$$

– від реалізації продукції закладу ресторанного господарства для відвідувачів зі сторони у вечірні години:

$$\Delta TO_{\text{ін}} = \frac{23868,3}{96132} \cdot 100 = 24,8\%.$$

б) Визначення розміру порогу безпечності та запасу фінансової стійкості в плановому році:

$$ПБ_{\text{ТО}} = 171429 - 142857 = 28572 \text{ грош.од.}$$

$$ЗФС_{\text{ТО}} = \frac{171429 - 142857}{142857} = 0,2 \text{ грош.од. / грош.од.}$$

Побудова графіка обсягу товарообороту в точці беззбиткової діяльності та мінімальної рентабельності підприємства ресторанного господарства при готельному комплексі.

Розрахунок абсолютних значень основних показників господарської діяльності закладу ресторанного господарства в критичних точках.

У точці беззбиткової діяльності:

– обсяг комерційного доходу від торговельної діяльності:

$$КД_{\text{ТБ}} = \frac{142857}{100} \cdot 40 = 57142,8 \text{ грош.од.}$$

– обсяг змінних витрат:

$$ЗВ_{\text{ТБ}} = \frac{142857}{100} \cdot 33 = 47142,8 \text{ грош.од.}$$

У точці цільового прибутку:

– обсяг комерційного доходу від торговельної діяльності:

$$КД_{\text{ЦП}} = \frac{171429}{100} \cdot 40 = 68571,6 \text{ грош.од.}$$

обсяг змінних витрат:

$$ЗВ_{\text{ЦП}} = \frac{171429}{100} \cdot 33 = 5671,6 \text{ грош.од.}$$

Висновки. Для досягнення економічної стратегії діяльності закладу ресторанного господарства при готельному комплексі «Братислава» обсяг цільового товарообороту на плановий рік повинен складати 171429 грош. од., що дозволить забезпечити отримання цільового прибутку в розмірі 2000 грош. од. за рік. Самоокупність закладу досягатиметься в точці беззбиткової діяльності, обсяг товарообороту в якій становитиме 142857 грош. од.

В результаті поріг безпечності діяльності закладу становитиме 28572 грош. од., а запас фінансової стійкості – 20%. Порівняно зі звітним роком товарооборот зросте на 11209 грош. од, або на 7%. Крім того, відбудуться структурні зміни в складі валового товарообороту – питома вага товарообороту завдяки реалізації продукції закладу ресторанного господарства для відвідувачів зі сторони у вечірні години зросте від 60% до 70%. В результаті обсяг цієї частини товарообороту в плановому році становитиме 120000,3 грош. од., що більше (в порівнянні зі звітним роком) на 23868,3 грош. од., або на 24,8%. При цьому, товарооборот від реалізації комплексних сніданків і обідів

для мешканців готелю зросте на 12659,3 грош. од., або на 19,75%, хоча його питома вага в загальному обсязі товарообороту зменшиться від 40% до 30%.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО РОЗВ'ЯЗАННЯ:

ЗАВДАННЯ 5.1

У процесі реконструкції готельного комплексу бізнес-планом передбачалось досягнення прибутку закладу ресторанного господарства у розмірі 2000 грош. од., що має забезпечити потреби цього підрозділу підприємства у сталому виробничому та соціальному розвитку.

За даними таблиці 5.1: 1) розрахувати обсяг товарообороту закладу ресторанного господарства готельного комплексу; 2) визначити суму постійних витрат закладу ресторанного господарства в плановому році.

Скласти пояснювальну аналітичну записку.

Таблиця 5.1 – Розрахунок товарообороту ресторану «Славутич», %

Показники	Значення показників
Рівень комерційного доходу до планового товарообороту	38,0
Рівень змінних витрат до планового товарообороту	31,0
Рівень постійних витрат до планового товарообороту	5,0

ЗАВДАННЯ 5.2

Внаслідок реконструкції кав'ярні «Лісова пісня» додатково став функціонувати банкетний зал з обслуговуванням споживачів офіціантами. Організація різнопланових розважальних програм сприяла збільшенню обслуженого контингенту до 450 тис. осіб при наступних характеристиках режиму роботи закладу ресторанного господарства: кількість робочих днів на рік – 360, час роботи закладу ресторанного господарства – з 1100 до 2300.

1. Визначити зміну коефіцієнта обіговості місць у торговому залі кав'ярні, якщо після реконструкції їх простої із-за організаційно-технічних причин становитимуть 1,6 год. на день, кількість місць у торговому залі – 45, середня тривалість обслуговування одного споживача – 20 хв. Коефіцієнт обіговості місць до реконструкції становив 0,65 од.

2. Скласти пояснювальну аналітичну записку.

ЗАВДАННЯ 5.3

Кафе, розташоване біля автомагістралі і орієнтоване на обслуговування автотуристів, із метою задоволення зростаючого попиту на харчову продукцію планує підвищити обсяги реалізації готових страв завдяки збільшенню виробничої потужності та ефективності її використання.

У передплановому звітному році організація виробництва в кафе характеризувалася наступними показниками, наведеними у таблиці 5.2:

1. Розрахувати коефіцієнт використання виробничої потужності кухні в поточному році.

2. Обґрунтувати резерви підвищення виробничої потужності кафе у плановому році та кількісно оцінити їх, якщо:

- кількість робочих днів кафе в плановому році зросте до 353;
- кухня працюватиме 12 год. на добу;

- термін простою через організаційно–технічні причини залишиться на рівні звітнього року;
- середня тривалість одного виробничого циклу виготовлення страв скоротиться на 15 хв.

Таблиця 5.2 Показники господарської діяльності кафе в звітному році

Показники	Значення показників
Термін роботи кухні на добу, год.	8,0
Загальна ємність варильних котлів, л.	370,0
Рівень завантаження котлів, %	80,0
Середня тривалість одного циклу варіння, хв.	185,0
Ємність першої страви, л.	0,5
Простої устаткування із-за організаційно–технічних причин, хв.	60,0
Кількість робочих днів підприємства за рік	300
Кількість виробництва перших страв, тис.	374,5

ТЕМА 6 РОЗРАХУНОК ВАРТОСТІ ТУРИСТСЬКОГО ПРОДУКТУ

Ціна «нетто» – відображає суму цін, розцінок і тарифів на всі види послуг, наданих туристам.

Ціна «нетто» (обмежена собівартість тура) = Прямі змінні витрати (вартість окремих послуг: розміщення, харчування, перевезення, екскурсії, страхування, оформлення віз) + Непрямі податки на окремі види послуг (акцизи, місцеві збори).

Виробнича собівартість тура = Ціна «нетто» + Поточні витрати на розробку й реалізацію продукту (зарплата персоналу, амортизація устаткування, утримування приміщень, витрати на рекламу, маркетинг, відрядження тощо).

Маржинальний дохід = Поточні витрати на розробку й реалізацію продукту + Прибуток турпідприємства з урахуванням податкових платежів + Комісійна винагорода турагентам (5–10 %) + Сезонні й комерційні знижки = Ціна «брутто»–ціна «нетто».

Ціна «брутто», тобто ціна пропозиції турпродукта на ринку = Виробнича собівартість тура + Маржинальний дохід + ПДВ із доходу від реалізації тура.

Ціна турпакета з розрахунку на одного туриста = ((Вартість послуг, що входять до пакету, складеного туроператором + непрямі податки на окремі види послуг) + (Умовно–постійні витрати туроператора + Прибуток туроператора + Комісійні турагента + Вартість послуг осіб супровідної групи + Комерційні знижки) * 1,2) / Чисельність туристів у групі.

На практиці, в Україні, ціна тура визначається як сума ціни «нетто» і маржі (15–30% від ціни «нетто»).

Маржинальний дохід – загальна сума комісійних винагород і надбавок (маржі), що покриває постійні витрати, прибуток і податкові платежі. Маржа необхідна для покриття власних витрат і формування прибутку. Розрахунок планового маржинального доходу турфірми необхідний для того, щоб визначити чи може підприємство покрити постійні витрати й чи залишаться

кошти на формування прибутку.

На практиці найчастіше застосовується метод визначення ціни на основі витрат.

Формування цін туроператорами може здійснюватися двома способами:

Туроператор, який відправляє туристів (ініціативний), формує ціну туристського продукту на підставі угоди з туроператором, який приймає та обслуговує туристів (рецептивним туроператором).

Туроператор формує ціну самостійно, на підставі прямих договорів з виробниками туристських послуг (готелями, екскурсійними бюро, авіакомпаніями тощо). Формуючи ціну турпродукту туроператор чітко визначає його склад – розміщення, харчування, трансфер, екскурсійне обслуговування, транспортні перевезення, страхування, оформлення візи, консульський збір, інші послуги.

Формування цін турагентами здійснюється в залежності від укладеної угоди з туроператором:

Туроператор реалізує турагенту турпродукт за ціною яку він хоче отримати з турагента. У цьому випадку турагент додає самостійно надбавку на свою користь до договорної ціни туроператора, за рахунок якої покриває власні витрати, сплачує податки та отримує прибуток.

Туроператор передає турагенту пакет за твердо фіксованою ціною, за якою турагенти реалізують турпакет. У цьому випадку турагент отримує комісійну винагороду у формі знижки з вартості турпакета.

ПРИКЛАД РОЗРАХУНКУ ВАРТОСТІ ТУРА

Першим етапом формування ціни турпродукту є визначення вартості обслуговування туристів. На цьому етапі відбувається узгодження маршруту, пакета послуг.

Наприклад, тур для іноземних громадян Київ–Львів (без перельоту)

Київ, 4 дні, 3 ночі.

Львів, 6 днів, 5 ночей.

Кількість туристів з перекладачем – 18 чоловік.

Харчування – повний пансіон (сніданок, обід, вечеря).

Проживання в двохмісних номерах «люкс» готелю ***.

Транспорт – комфортабельний автобус.

Вартість проживання в готелі Києва – 50 дол. за добу.

Вартість проживання в готелі Львову – 45 дол. за добу.

Вартість харчування у Києві – 65 дол. за добу.

Вартість харчування у Львові – 72 дол. за добу.

Транспорт – вартість оренди 1 година – 15 дол. (6 годин на день).

Вартість переїзду Київ – Львів – 55 дол. за люд.

Екскурсійна програма у Києві – 45 дол.

Екскурсійна програма у Львові – 70 дол.

Послуги турфірми – 5 % від розміру всіх видатків.

Прибуток турфірми – 10 % від розміру всіх видатків.

Кошторис видатків турфірми:

Київ: проживання в готелі 50 дол. *3 ночі*18 чол. = 2700 дол.

Харчування 65 дол. * 4 дні*18 чол. = 4680 дол.

Екскурсії 45 дол. * 18 чол. = 810 дол.

Львів: проживання в готелі 45 дол.*5 ноч.*18 чол. = 4050 дол.

Харчування 72 дол. * 6 днів*18 чол. = 7776 дол.

Екскурсії 70 дол. * 18 чол. = 1260 дол.

Переїзд Київ – Львів 55 дол. *18 чол. =990 дол.

Оренда автобуса 10 днів – 2 дні екскурсії = 8 днів

8 днів* 6 годин* 15 дол. = 720 дол.

Усього витрати: 2700+4680+810+4050+7776+1260+990+720=22986 дол.

Послуги турфірми 22986*5 % = 1149,3 дол.

Прибуток турфірми 22986 * 10 % = 2298,6 дол.

Загальна вартість тура 22986+1149,3+2298,6 = 26433,9 дол.

Загальна вартість із ПДВ 26433,9*1,2 = 31720,68 дол.

Вартість путівки на 1 людину 31720,68/18 = 1762,26 дол

Особливості нарахування ПДВ

Наприклад, турфірма придбала путівки в дитячий оздоровчий табір за ціною без ПДВ. Вартість однієї путівки 300 грн. Путівки реалізовані на Україні за ціною 400 грн. ПДВ нараховується в такий спосіб:

Якщо підприємство формує власний туристський продукт і послуги дитячого оздоровчого табору є тільки його частиною, то до витрат відноситься вартість путівки разом з іншими витратами. У такому випадку (п 4.1. Закону про ПДВ) базою оподатковування є вартість реалізації послуг туроператора, тобто 400 грн. обкладаються ПДВ.

Підприємство здійснює перепродаж путівок, придбаних у дитячого оздоровчого табору за договором купівлі–продажу (тобто, підприємству переходить право власності на путівки). Операція з перепродажу путівок звільняється від оподатковування ПДВ.

Підприємство реалізує путівки за договором, яким не передбачена передача права власності та базою оподатковування є комісійна, агентське винагорода, тобто 100 грн.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО РОЗВ’ЯЗАННЯ:

ЗАВДАННЯ 6.1

Українська турфірма організує закордонні групові тури на 8 днів, 15 турів (у складі кожної групи 7 школярів).

Вартість послуг тура включає:

– Авіапереліт – 200 дол.

– Проживання в готелі – 400 дол.

У т.ч. сніданок – 40 дол.

– Страховий поліс – 10 дол.

– Віза – 30 дол.

– Харчування (обід, вечеря) – 140 дол.

- Екскурсійне обслуговування – 50 дол.
- Комісійна винагорода контрагента – 50 дол.
- Передбачено знижку школярам за проживання в готелі – 50 %.
- Маржа української турфірми – 5%.
- Плановий прибуток – 10 % від ціни «нетто».
- Ставка ПДВ – 20 %.

Визначити вартість кожного тура, в т.ч. і на одного школяра, розмір виручки, маржинальний дохід, витрати й прибуток турфірми.

ТЕМА 7 РОЗРАХУНОК ЕКОНОМІЧНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРФІРМИ

Маржинальний дохід = Ціна «брутто» – ціна «нетто»

Валовий прибуток = Маржинальний дохід – Постійний витрати

Рівень прибутку розробленого турпродукту = Валовий прибуток / Маржинальний дохід

Рентабельність турпродукту = Валовий прибуток * 100 / Повна собівартість

Строк окупності авансованого (вкладеного) капіталу = Сума авансованого капіталу, пов'язана з державною реєстрацією фірми, викупом ліцензії й формуванням статутного капіталу / Чистий прибуток турфірми за рік

Ефективність авансованого капіталу = Чистий прибуток турфірми за рік / Сума авансованого капіталу, пов'язана з державною реєстрацією фірми, викупом ліцензії й формуванням статутного капіталу

Відповідно до Закону України «Про туризм» мінімальний розмір фінансового забезпечення туроператора повинен становити не менш 20 000 євро, якщо туроператор надає послуги тільки внутрішнього й в'їзного туризму – не менш 10 000 євро, для турагента – не менш 2 000 євро.

ПРИКЛАД ЗАВДАННЯ З РОЗВ'ЯЗАННЯМ:

Для організації фірми–туроператора було витрачено: для створення статутного фонду – 30 000 євро (курс 6,5 грн.); на реєстрацію, ліцензію, відкриття – 130 000 грн.

Фірма за рік планує організувати й реалізувати 15 групових (на 20 чоловік) турів за кордон і 60 індивідуальних турів по Україні.

Виробнича собівартість закордонного тура становить 21 000 у.од. (курс 5,3 грн.), у т.ч. витрати на розробку й реалізацію тура – 3 150 у.од.

Прибуток від реалізації тура за кордон становить 18 % від ціни «нетто».

Виробнича собівартість тура по Україні становить 950 грн., в т.ч. витрати на його розробку й реалізацію – 200 грн.

Прибуток від реалізації тура по Україні становить 20 % від ціни «нетто».

Розрахувати:

– виторг від реалізації турів за рік, в т.ч. від реалізації турів за кордон і по Україні;

– маржинальний дохід турфірми, в т.ч. від реалізації турів за кордон і по Україні;

– загальний річний прибуток турфірми, в т.ч. від реалізації турів за кордон і по Україні;

– рентабельність турів за кордон і по Україні;

– строк окупності й ефективність авансованого капіталу за умови, що податок на прибуток становить 25 %.

Розв’язання:

Закордонний тур:

Ціна «нетто» = виробнича собівартість – умовно–постійні витрати = $21\,000 - 3\,150 = 17\,850$ у.од.

Прибуток = 18% від ціни нетто = $17\,850 * 0,18 = 3\,213$ у.од.

Маржинальний дохід = Умовно–постійні витрати + Прибуток = $3\,150 + 3\,213 = 6\,363$ у.од.

ПДВ = 20% від маржинального доходу = $6\,363 * 0,2 = 1\,272,6$ у.од.

Ціна «брутто» = $17\,850 + 6\,363 + 1\,272,6 = 25\,485,6$ у.е. або 135 073,68 грн.

Виторг від реалізації 15 турів = $15 * 135\,073,68 = 2\,026\,105,2$ грн.

Маржинальний дохід від реалізації 15 турів = $6\,363 * 15 * 5,3 = 505\,858,5$ грн.

Прибуток від реалізації 15 турів = $3\,213 * 15 * 5,3 = 255\,433,5$ грн.

Рентабельність тура за кордон = Прибуток/Повна собівартість = $3\,213 * 100 / 21\,000 = 0,153$ або 15 %.

Тур по Україні:

Ціна «нетто» = виробнича собівартість – умовно–постійні витрати = $950 - 200 = 750$ грн.

Прибуток = 20 % від ціни нетто = $750 * 0,2 = 150$ грн.

Маржинальний дохід = Умовно–постійні витрати + Прибуток = $200 + 150 = 350$ грн.

Ціна брутто із ПДВ = $(950 + 150) * 1,2 = 1\,320$ грн.

Виторг від реалізації 60 турів = $60 * 1\,320 = 79\,200$ грн.

Маржинальний дохід від реалізації 60 турів = $350 * 60 = 21\,000$ грн.

Прибуток від реалізації 60 турів = $150 * 60 = 9\,000$ грн.

Рентабельність тура по Україні = Прибуток/Повна собівартість = $150 / 950 = 0,157$ або 16 %.

Загальні показники роботи турфірми за рік:

Виторг від реалізації = $2\,026\,105,2 + 79\,200 = 2\,105\,305,2$ грн.

Прибуток = $255\,433,5 + 9\,000 = 264\,433,5$ грн.

Податок на прибуток = $264\,433,5 * 0,25 = 66\,108,38$ грн.

Чистий прибуток = $264\,433,5 - 66\,108,38 = 198\,325,12$ грн.

Строк окупності авансованого капіталу = Сума авансованого капіталу / Чистий прибуток = $(30\,000 * 6,5 + 130\,000) / 198\,325,12 = 325\,000 / 198\,325,12 = 1,64$ роки або 20 місяців.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО РОЗВ'ЯЗАННЯ:

ЗАВДАННЯ 7.1

Визначити об'єм реалізації та суму виручки від реалізації по туристському відділу, виходячи з рентабельності на вкладений капітал по туристському підприємству.

У минулому році підприємство зазнало збитків. У плановому році очікується забезпечення рентабельності на вкладений капітал – близько 0,35 %.

Сума вкладеного капіталу – 10 000 грн.

Норма прибутку – 30 %

Витрати виробництва – 159 грн.

у т.ч. витрати матеріальні – 120 грн.

Податки в сумі балансового прибутку – 16 %.

ЗАВДАННЯ 7.2

Розглянути перспективи застосування цінової стратегії за наступними даними та обрати оптимальний варіант.

Туристська фірма може реалізувати один із двох варіантів реалізації VIP-турів: за ціною 90 тис. грн. за тур фірма зможе реалізувати 20 турів на рік; за ціною 70 тис. грн. фірма зможе реалізувати до 40 турів. На ринку існує 40 покупців, які зацікавлені у придбанні турів. Половина покупців відповідно до маркетингового аналізу готові придбати тур по будь-якій ціні лише на початку кожного періоду. Інша половина чуттєва до рівня ціни та готова придбати тур у будь-який час за вартістю не дорожче 60 тис. грн.

Визначити оптимальну ціну туру.

ЗАВДАННЯ 7.3

Туристська фірма з обсягами реалізації турів 20 тис. штук на рік з їх собівартістю 18 000 грн. проводить заходи щодо зниження собівартості шляхом раціоналізації власного робочого процесу та зміни туристського оператора-партнера. У результаті собівартість туру знижується на 19%. Водночас, у зв'язку зі зміною оператора мобільного зв'язку підвищилися витрати, які у розподілі на один тур збільшилися з 0,1 до 0,2 грн. Визначити розмір економії поточних витрат від проведених заходів у майбутньому періоді при збільшенні кількості реалізованих турів на 15%.

ТЕМА 8 РОЗРАХУНОК ВАРТОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

Класифікація витрат основної діяльності готелю:

Виробничі витрати, що становлять виробничу собівартість готельних послуг.

Прямі виробничі витрати – виникають у процесі надання готельних послуг і можуть бути прямо віднесені на них у момент виникнення (прямі матеріальні витрати, що безпосередньо використані для оснащення номерного фонду й обслуговування клієнтів у номерах; прямі витрати на оплату праці; відрахування на соціальні потреби; амортизація основних коштів; оренда

майна, послуги сторонніх організацій і т.інше).

Загальновиробничі витрати – спрямовані на обслуговування й утримування готелю (витрати на керування виробництвом, амортизація ОФ загальновиробничого характеру, витрати на утримання, ремонт, експлуатацію ОФ, витрати на вдосконалення технології і організації виробництва, витрати на опалення, висвітлення, водоспоживання, водовідведення й т.ін., витрати на обслуговування, витрати на охорону праці, техніку безпеки, охорону навколишнього середовища).

Адміністративні витрати – загальногосподарські витрати, спрямовані на обслуговування й утримування готелю (витрати на зв'язок, утримання апарата управління, послуги банків тощо).

Витрати на збут – пов'язані з реалізацією послуг (витрати на рекламу, відрядження з питань збуту тощо).

Інші операційні витрати (безнадійна дебіторська заборгованість, витрати від курсової різниці, витрати від номерному фонду, що простоює; нестача й втрати від псування цінностей; штрафи, пеня тощо).

Розрізняють експлуатаційну й повну собівартість одиниці послуг.

Експлуатаційна собівартість одиниці послуг (однієї людино–добы розміщення) визначається як сума прямих і загальних експлуатаційних витрат на одиницю послуг.

Повна собівартість включає експлуатаційну собівартість, адміністративні витрати, витрати на збут та інші загальногосподарські витрати.

З метою планування, обліку й калькулювання повна собівартість готельних послуг має включати такі статті витрат:

1. оплата праці обслуговуючого персоналу;
2. відрахування на соціальне страхування;
3. амортизація основних засобів;
4. електроенергія;
5. водопостачання й каналізація;
6. поточний ремонт;
7. опалення;
8. прання білизни;
9. телефонізація, радіомовлення;
10. інші витрати на утримання будівель, території;
11. загальновиробничі витрати;
12. адміністративні витрати;
13. витрати на збут.

Статті 1–11 становлять виробничу собівартість готельної послуги, тобто безпосередньо пов'язані з виробничим процесом; 1–13 – повну собівартість.

У сучасних умовах застосовуються вільні ціни, які формуються готелями самостійно.

Об'єктом калькуляції при наданні готельної послуги є повна собівартість використання одного місця за добу, або ліжко–добы.

Процес ціноутворення в готельному господарстві складається з

наступних етапів:

- визначається повна собівартість однієї ліжка–добы (визначається розподілом загальної суми всіх витрат готелю на обсяг номерного фонду, придатного до експлуатації в плинні року);
- визначається прибуток як добуток відсотка рентабельності й повної собівартості;
- нараховується готельний збір на вільну ціну;
- нараховується ПДВ у розмірі 20 % вільної ціни;
- підсумовуються всі розраховані показники й у такий спосіб визначається ціна одного місця в номері за добу (ліжка–добы).

Розмір готельного збору не повинен перевищувати 20% добової вартості найманого житла (без додаткових послуг).

Готельний збір відноситься до валових витрат виробництва, перераховується в повному обсязі в місцевий бюджет, не обкладається ПДВ.

Наприклад, для Києва встановлена диференціація ставки готельного збору залежно від категорії готелів:

- ****– у розмірі 20% вартості всього періоду проживання;
- *** – 15%;
- ** і * –10%.

Готельна послуга обкладається ПДВ за ставкою 20 %. Якщо готельна послуга відноситься до категорії експортованої, то вона не обкладається ПДВ.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО РОЗВ'ЯЗАННЯ:

ЗАВДАННЯ 8.1

Визначити середню вартість одиниці послуг туристів в готелі, в тому числі вартість першої доби розміщення, якщо відпускна вартість загального обсягу послуг становить 2 600 тис. грн., ставка готельного збору за першу добу розміщення – 10 %, ставка ПДВ – 20 %, розмір цільового прибутку – 25 % від повної собівартості. За звітний період реалізовано 3000 людино–діб, середній термін перебування гостей – 2 доби.

ЗАВДАННЯ 8.2

Розрахувати вартість номеру у готелі за наступними вихідними даними. Готель 3* включає 45 номерів. Кожен номер має 2 спальних місця. Коефіцієнт завантаженості готелю становить 74%, коефіцієнт подвійної завантаженості становить 34%. Заробітна плата персоналу на рік складає 1 000 тис. грн. Соціальні відрахування становлять 26%. Амортизація основних фондів 800 тис. грн. Інші витрати готелю становлять 1 800 тис. грн. Різниця між ціною при одиничному та подвійному заселеннях складає 80 грн. за добу.

ТЕМА 9 ФОРМУВАННЯ ЦІНИ НА ЕКСКУРСІЙНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Статті витрат при екскурсійному обслуговуванні туристів:

Витрати на розробку екскурсії.

Оплата праці організатора екскурсії, екскурсовода, гίδα–перекладача.

Відрахування на соціальні заходи з фонду оплати праці, всього 36,68 % (пенсійний фонд – 31,8 %, фонд загальнообов’язкового державного соціального страхування у зв’язку з тимчасовою втратою працездатності – 2,9 %, фонд загальнообов’язкового державного страхування на випадок безробіття – 1,3 %, фонд соціального страхування від нещасних випадків на виробництві (для туризму)– 0,68 %).

Сума пунктів 1–9 складає собівартість екскурсійного обслуговування.

Сума пунктів 10,11 – вартість екскурсійних послуг.

Відрахування і обов’язкові платежі (комунальний податок, відрахування у Фонд охорони навколишнього середовища, інші місцеві податки та збори).

Податок на додану вартість.

Сума пунктів 12–14 – вартість екскурсії.

Ціна екскурсії для одного туриста визначається шляхом розподілення вартості екскурсії на кількість туристів у групі.

ПРИКЛАД ЗАВДАННЯ З РОЗВ’ЯЗАННЯМ:

Розрахунок вартості туру

№	Стаття видатків	Сума, грн на 1 туриста
1	Екскурсійне обслуговування *	110,00
2	Внутрішні трансфери	70,00
3	Харчування	380,00
4	Страховка	15,00
7	Оплата комісійних турагентам (10 % від собівартості)	
8	Рентабельність (25 %)	240,00
Разом:		1300,00

№	Захід	Сума з туриста, грн.
1	Оглядова по місту	25,0
2	Оглядова визначного місця 1	15,0
3	Оглядова визначного місця 2	20,0
4	Оглядова визначного місця 3	20,00
5	Оглядова визначного місця 4	30,0
Разом		110,00

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО РОЗВ'ЯЗАННЯ:

ЗАВДАННЯ 9.1

Оператором запланований тур на Кубу на 3 дні. Запланована відпускна ціна туру становить 2100 у.о. Змінні витрати становлять 1050 у.о. (проживання та харчування). Вартість оренди автобусу становить 15 000 у.о. Скільки необхідно набрати туристів, для того, щоб тур відбувся без збитків для тур. оператора?

ЗАВДАННЯ 9.2

Розрахувати ціну туру, за якої тур буде рентабельний за умови його покупки 20-ма туристами. Змінні витрати становлять 1050 у.о. (проживання та харчування). Вартість оренди автобусу становить 15 000 у.о.

ЗАВДАННЯ 9.3

Оператор планує організацію власного туру до Тунісу. Вартість чартеру становитиме 29 000 у.о. Максимальна завантаженість літака становить 155 пасажирів. Умови роботи оператора з хотельєром – елотмент по м'якому блоку місць (необмежена кількість місць) із середньою вартістю наземного обслуговування 130 у.о. з людини. Мінімальні ринкові можливості туроператора становлять 106 осіб. Визначити відпускну вартість туру та обсяги прибутку туроператора, якщо мінімальна завантаженість буде перевищена на 12%.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посібник / Л. Г. Агафонова, О. Є. Агафонова. – Київ : Знання України, 2002. – 209 с.
2. Балабанов И. Т. Экономика туризма : Учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 281 с.
3. Горбылева З. М. Экономика туризма : учеб. пособие / З. М. Горбылева. – Минск: БГЭУ, 2004. – 328 с.
4. Горбылева З. М. Экономика туризма. Практикум : учеб. пособие / З. М. Горбылева. – Минск: БГЭУ, 2002. – 188 с.
5. Гуляев В. Г. Туризм : экономика и социальное развитие / В. Г. Гуляев – М.: Финансы и статистика, 2003. – 198 с.
6. Ткаченко Т. І. Економіка готельного господарства і туризму / Т. І. Ткаченко, С. П. Гаврілюк – Київ, 2005. – 291 с.
7. Цены и ценообразование : учебник для вузов / Под ред. В. Е. Есипова. – Санкт-Петербург : Питер, 2002.
8. Шарапова А. О. Ціноутворення у туризмі : Конспект лекцій / А. О. Шарапова. – Київ, 2007. – 298 с.
9. Экономика современного туризма / Под ред. Г.А. Карповой. — СПб.: Герда, 1998. – 198 с.
10. Яковлев Г. А. Экономика и статистика туризма : учеб. пособие. – М.: Изд. РДЛ, 2004. – 210 с.

Навчальне видання

Методичні вказівки та завдання
до практичних занять та самостійної роботи
з навчальної дисципліни

«ЕКОНОМІКА І ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИСТСЬКОЇ ІНДУСТРІЇ»

*(для студентів усіх форм навчання напрямів підготовки
6.140101 – Готельно–ресторанна справа, 6.030601 – Менеджмент)*

Укладачі : **НОХРІНА** Лариса Анатоліївна,
УГОДНІКОВА Олена Ігорівна

Відповідальний за випуск *С. О. Погасій*
За авторською редакцією
Комп'ютерне верстання *О. І. Угоднікова*

План 2016, поз. 434М, 435М

Підп. до друку 29.02.2016 р.
Друк на ризографі
Зам. №

Формат 60×84/16
Ум. друк. арк. 2,5
Тираж 50 пр.

Видавець і виготовлювач:
Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Революції, 12, Харків, 61002
Електронна адреса: rectorat@kname.edu.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:
ДК 4705 від 28.03.2014 р.